

Jurnal

BISNIS DAN MANAJEMEN

Volume 14 No. 2, Mei 2018

ISSN 1411 - 9366

**PENGARUH ADVERTISING QUOTEINT DAN EMOTIONAL INTELLIGENCE
TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT BUDI STARCH & SWEETENER
TBK LAMPUNG UTARA**

Diana Ekasari | Ayi Ahadiyat | Lia Andriani

**PENGARUH FAMILY OWNERSHIP DAN PROPOSAL ANGGOTA
KELUARGA PADA DEWAN DIREKSI TERHADAP KINERJA
PERUSAHAAN**

Lia Purnamasari | Hidayat Wiweko | R.A. Fiska Huzaimah

**PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP
KEBIJAKAN DIVIDEN**

Vina Sonia Kurnianti | Sri Hasnawati | Igo Febrianto

**PENGARUH MODAL PSIKOLOGIS DAN SPIRITUALITAS DI TEMPAT
KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN DENGAN SIKAP
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Muhammad Marzuki Khasan | Ribhan | Dina Safitri

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI
AMNESTI KOPI BANDAR LAMPUNG**

Rivan Aji Purnomo | Aida Sari | Rinaldi Bursan

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
PADA PELANGGAN SWALAYAN SURYA TIRTAYASA
BANDAR LAMPUNG**

Della Melysa | Driya Wiryawan | Afri Aripin

JURNAL
BISNIS dan
MANAJEMEN

Vol.
14

No. 2

Hal. 111 - 248

Bandar Lampung
Mei 2018



3 771411 936004

URNAL BISNIS DAN MANAJEMEN

TIM REDAKSI

- Pengarah** : Dekan FEB Unila
Wakil Dekan 1 FEB Unila
Wakil Dekan 2 FEB Unila
Wakil Dekan 3 FEB Unila
- Penanggung Jawab** : Ketua Jurusan Manajemen FEB Unila
- Dewan Review** : Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
Prof Dr.Mahatma Kupapeksi, MBA
Dr. Hj. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.
Dr. Ayi Ahadiat, S.E., M.B.A.
Masyhuri Hamidi, SE.,M.Si, P hd
- Pemimpin Redaksi** : Dr. Ribhan, S.E., M.Si.
- Wakil Pemimpin Redaksi** : Yuningsih, S.E., M.M.
- Redaksi Pelaksana** : Hi. Habibullah Jimad, S.E., M.Si.
Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Si.
Dina Safitri, S.E., M.I.B.
Igo Ferbianto, S.E., M.Si.
Muslimin, S.E., M.Si.
- Staf Redaksi** : Adel Marzi (Tata Usaha dan Kearsipan)
Nasirudin (Distribusi dan Sirkulasi)
- Alamat Redaksi** : **Gedung A Lantai 2 Jurusan Manajemen**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung
Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1
Gedung Meneng Bandar Lampung 35145
Telepon/Fax : (0721)773465
e-mail : manajemen@feb.unila.ac.id
Website : http://manajemen.feb.unila.ac.id

Jurnal Bisnis dan manajemen merupakan media komunikasi ilmiah, diterbitkan tiga kali setahun oleh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, berisikan ringkasan hasil penelitian dan kajian ilmiah.

JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN

DAFTAR ISI

PENGARUH ADVETISITY QUOTEINT DAN EMOTIONAL INTELIGENCE TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT BUDI STARCH & SWEETENER TBK LAMPUNG UTARA	
Diana Ekasari Ayi Ahadiyat Lia Andriani	111
PENGARUH FAMILY OWNERSHIP DAN PROPOSAL ANGGOTA KELUARGA PADA DEWAN DIREKSI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN	
Lia Purnamasari Hidayat Wiweko R.A. Fiska Huzaimah	132
PENGARUH CORPRATE GOVERNANCE TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN	
Vina Sonia Kurnianti Sri Hasnawati Igo Febrianto	146
PENGARUH MODAL PSIKOLOGIS DAN SPIRITUALITAS DI TEMPAT KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL MEDIASI	
Muhammad Marzuki Khasan Ribhan Dina Safitri	161
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI AMNESTI KOPI BANDAR LAMPUNG	
Rivan Aji Purnomo Aida Sari Rinaldi Bursan	206
PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA PELANGGAN SWALAYAN SURYA TIRTAYASA BANDAR LAMPUNG	
Della Melysa Driya Wiryawan Afri Aripin	218

FORMAT PENULISAN TULISAN ILMIAH JBM

Setiap artikel yang dikirimkan, penulis diwajibkan mengikuti syarat dan ketentuan sesuai dengan pedoman/gaya penulisan Jurnal Bisnis dan Manajemen, sehingga apabila tidak sesuai dengan pedoman tersebut, maka artikel tidak akan masuk pada tahapan reviewer.

Untuk menjaga keaslian naskah, penulis wajib mengirimkan surat pernyataan bermaterai, yang menyatakan bahwa:

1. Artikel tersebut asli merupakan hasil penelitian penulis
2. Belum pernah dipublikasikan di media publikasi manapun, dan tidak sedang mengirimkan artikel ke tempat lain, selain ke Jurnal Bisnis dan Manajemen
3. Tidak mengandung hasil penelitian plagiat, falsifikasi dan pabrikan data.
4. Mengikuti semua prosedur dan persyaratan yang ditetapkan oleh redaksi Jurnal Bisnis dan Manajemen.

Format

Naskah hendaknya ditulis seringkasan mungkin, konsisten, dan lugas. Jumlah halaman terdiri dari minimal 20 (duapuluh) halaman sudah termasuk (gambar dan tabel) dan sebaiknya appendix tidak disertakan dalam naskah. Naskah ditulis dalam spasi tunggal pada satu sisi kertas ukuran A4 (210 x 297 mm). Huruf yang digunakan adalah Time New Roman 12 pt. Naskah dapat ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris yang baik dan benar.

Naskah disajikan dalam beberapa bagian, dimulai dari Pendahuluan, Pengembangan Hipotesis, Metodologi Penelitian, Hasil dan Pembahasan dan Kesimpulan, serta Daftar Pustaka.

Judul

Pemberian judul sebaiknya singkat dan jelas maknanya, tidak lebih dari 15 kata.

Penulis
Penulis 1*
Penulis 2

*Nama Fakultas, Nama Universitas
Alamat email dan No hp (untuk kepentingan korespondensi)

Abstrak

Abstrak hendaknya dibuat tidak melebihi 200 kata, menjelaskan fenomena (1 atau 2 kalimat, maksimal 10 kata), tujuan, sampel, metodologi, dan temuan penelitian secara umum (3-4 kalimat). Abstrak dibuat dalam 2 versi, **Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia**, dan dilengkapi dengan 5 kata kunci/keywords.

1. Pendahuluan

Bagian ini menjelaskan fenomena yang diteliti, menengahkan hubungan fenomena dengan teori yang ada (salah satu referensi harus berupa jurnal yang terbit dalam kurun waktu 10 tahun terakhir), dan menjelaskan tujuan penelitian.

2. Pengembangan Hipotesis

Bagian ini menyertakan teori sebelumnya yang diambil dari referensi primer (grand theory), dan jurnal-jurnal mutakhir. Bagian ini juga menjelaskan argumentasi mengenai hubungan antar variabel-variabel yang diteliti. Paragraf argumentasi hubungan antar variabel tersebut diakhiri dengan pernyataan hipotesis secara eksplisit.

Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, pengembangan hipotesis dapat digantikan dengan referensi-referensi yang mendasari research question untuk penelitian tersebut.

3. Metodologi Penelitian

Bagian ini menjelaskan pendekatan analisis yang dilakukan, apakah menggunakan pendekatan kualitatif atau kuantitatif, profil responden/kasus, ukuran dan penentuan sampel, metode pengambilan data, operasionalisasi variabel, dan metode analisis.

4. Hasil

Bagian ini terdiri atas hasil uji validitas dan realibilitas, dan hasil analisis yang telah dilakukan sesuai dengan metode analisis yang telah dijelaskan sebelumnya beserta interpretasinya.

5. Pembahasan

Pada bagian ini penulis membahas hubungan antara penemuan penelitian yang dilakukan dengan hasil penelitian sebelumnya, memberikan penjelasan mengapa hipotesis ditolak atau diterima, memberikan penjelasan alternatif terhadap kesamaan atau ketidaksamaan hasil penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian sebelumnya, implikasi terhadap hasil riset (dampak secara manajerial dan dampak secara keilmuan), serta menunjukkan batasan dari penelitian dan memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya juga harus mempertimbangkan keterbatasan penelitian yang dilakukan.

6. Kesimpulan dan keterbatasan penelitian

Bagian ini menyimpulkan penelitian dan dampak dari penelitian yang dilakukan.

Daftar Pustaka

Menampilkan seluruh referensi yang dipakai dalam penulisan artikel yang akan dipublikasikan yang jumlahnya lebih dari 15 referensi, diharapkan jumlah jurnal lebih banyak dibandingkan dengan referensi berupa buku.

Berikut ini contoh penulisan daftar pustaka :

Artikel Jurnal :

Rao, P. 2010. "Measuring Consumer Perceptions Through Factor Analysis". **TheAsian Manager**. Februari-March. pp. 28-32.

Buku Teks :

Kotler, P. 2012. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control**. 8th Ed. Englewood Cliff. Prentice Hall. Muller, J.Z. 1993. **Adam Smith in His Time and Ours**. Princeton University Press. New Jersey

Artikel dalam Proceeding atau Kumpulan Karangan :

Levitt, T. 2010. "Marketing Myopia". In B.M. Ennis and K.K. Cox (Eds). **Marketing Classic: A Selection of Influential Articles**. 7th Ed. Boston. Allyn and Bacon. pp. 3-21.

**PENGARUH *ADVERSITY QUOTIENT* DAN *EMOTIONAL INTELLIGENCE*
TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT BUDI STARCH & SWEETENER TBK
LAMPUNG UTARA**

Oleh :

Diana Ekasari¹

Ayi Ahadiyat²

Lis Andriani³

(Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung)¹

(Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung)²⁻³

diana.ekasari@students.unila.ac.id

ayi.ahadiyat@gmail.com

lis.andriyani@feb.unila.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan yang semakin maju pada era globalisasi seperti sekarang ini menuntut perusahaan memiliki sumber daya manusia yang baik dan mumpuni guna mendukung tercapainya tujuan perusahaan.. Peningkatan kemajuan teknologi dalam zaman yang terus berkembang ini membuat setiap karyawan harus memiliki AQ (*Adversity Quotient*) yang dipercaya berperan dalam memberikan gambaran tentang ketahanan seseorang dalam menghadapi dan mengatasi kesulitan dalam hidupnya. Karyawan dengan perbedaan karakteristik dan kepribadian membentuk kerjasama dan komunikasi sesama karyawan maupun dengan konsumen. Komunikasi dan kerjasama dilakukan dengan pengelolaan kecerdasan emosional (*Emotional Intelligence*) yang baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Adversity Quotient* dan *Emotional Intelligence* terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara. Penelitian ini menggunakan Populasi dengan jumlah populasi 103 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dengan program SPSS 18.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan, yaitu *Adversity Quotient* dan *Emotional Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara. Saran bagi karyawan agar mampu meningkatkan kemampuan dalam mengatasi permasalahan yang terjadi didalam perusahaan sehingga dapat maksimal dalam kinerjanya. Karyawan juga perlu meningkatkan kecerdasan emosionalnya agar mampu mengelola dan mengendalikan serta memajemen emosi mereka dengan baik, sehingga dapat menghindari konflik dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Kinerja karyawan yang baik dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Kata Kunci : *Adversity Quotient*, *Emotional Intelligence*, Kinerja

EFFECT OF ADVERSITY QUOTIENT AND EMOTIONAL INTELLIGENCE ON EMPLOYEE PERFORMANCE PT BUDI STARCH & SWEETENER TBK LAMPUNG UTARA

By :

Diana Ekasari¹

Ayi Ahadiyat²

Lis Andriani³

*(Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung)¹
(Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung)²⁻³*

diana.ekasari@students.unila.ac.id

ayi.ahadiyat@gmail.com

lis.andriyani@feb.unila.ac.id

ABSTRACT

Developments that are more advanced in the era of globalization as now requires companies have good human resources and qualified to support the achievement of corporate goals. Improved technological progress in this growing era makes every employee must have AQ (Adversity Quotient) is believed to play a role in provides a picture of one's resilience in coping with and overcoming adversity in his life. Employees with differences in characteristics and personality form gk/mdcooperation and communication among employees as well as with consumers. Communication and cooperation is done with the management of emotional intelligence (Emotional Intelligence) is good. The purpose of this study is to determine the effect of Adversity Quotient and Emotional Intelligence on employee performance of PT Budi Starch & Sweetener Tbk North Lampung. This reserach uses Population with total population of 103 respondents. Analyzer in this research use multiple regression with program of SPSS 18.

The results of this study support the proposed hypothesis, namely Adversity Quotient and Emotional Intelligence have a positive and significant effect on employee performance of PT Budi Starch & Sweetener Tbk North Lampung. Suggestions for employees to be able to improve the ability to overcome the problems that occur within the company so as to maximize the performance. Employees also need to improve their emotional intelligence in order to be able to manage and control and manage their emotions well, so can avoid conflict and can improve company performance. Good employee performance can improve company performance.

Keywords: Adversity Quotient, Emotional Intelligence, Performance

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber daya manusia (SDM) adalah asset penting dalam perusahaan. Keberhasilan perusahaan tidak lepas dari sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan tersebut, untuk mencapai tujuan perusahaan, maka perusahaan memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas. Faktor sumber daya manusia merupakan elemen yang harus diperhatikan oleh perusahaan, terutama saat seperti sekarang ini yaitu saat era perdagangan bebas mulai dimulai, dimana iklim kompetisi yang di hadapi sangat berbeda. Setiap perusahaan harus dapat bekerja dengan lebih efisien, efektif dan produktif. Tingkat kompetensi yang tinggi akan memacu tiap perusahaan untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sumber daya manusia di pandang sebagai aspek penentu karena ditangan merekalah segala inovasi akan dilakukan dalam upaya mewujudkan tujuan perusahaan, perusahaan harus memahami bahwa sumber daya yang mereka miliki memiliki IQ (*Intelligence question*) dan EQ (*emotional question*) yang memengaruhi kinerja mereka.

Goleman (1995) dalam Stoltz (2000) menyatakan bahwa banyak orang yang memiliki IQ tinggi menghadapi kegagalan karena tidak memiliki EQ yang baik. Namun, tidak semua orang dapat memanfaatkan IQ dan EQ. Sejumlah orang memiliki IQ yang tinggi serta EQ yang baik namun mereka gagal dalam menunjukkan kemampuannya. Walaupun memiliki IQ serta EQ yang baik, seseorang dapat dengan mudah menyerah jika berhadapan dengan suatu kesulitan. Beberapa mampu bertahan, sementara yang lainnya menyerah ketika menghadapi kesulitan.

Adversity quotient merupakan sebuah ilmu yang dikembangkan sejak tahun 1997 mengenai kemampuan seseorang menghadapi dan mengatasi kesulitan. Stoltz (2000) menemukan bahwa rasa ketidakberdayaan (AQ rendah) dapat mengurangi kinerja, produktivitas, dan motivasi. Sumber daya manusia yang baik akan membantu perusahaan dalam meningkatkan produktivitas perusahaan melalui kinerja yang mereka capai. Kerjasama dan komunikasi dalam organisasi sangat dibutuhkan untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman sehingga kinerja karyawan tetap dapat terlaksana secara efektif.

Penelitian Suliman dan Al-Shaikh (2006) menyatakan bahwa kecerdasan emosional sangat penting bagi karyawan sehingga kecerdasan emosional yang dimiliki oleh karyawan harus ditingkatkan terutama digunakan untuk mengurangi konflik, maksudnya peningkatan kecerdasan emosional ini akan membantu karyawan untuk mengelola konflik dengan benar dan mengurangi dampak negatif pada kehidupan dan pekerjaan karyawan tersebut.

Palmer, *et al.* (2009) mengemukakan terdapat tujuh indikator kecerdasan emosional sebagai berikut : kesadaran emosi diri (*emotional self-awareness/ESA*), ekspresi emosi (*emotional expression/EE*), kesadaran terhadap emosi orang lain (*emotional awareness of others/EAO*), penalaran emosi (*emotional reasoning/ER*), manajemen emosi diri (*emotional self-management/ESM*), manajemen terhadap emosi orang lain (*emotional management of*

others/EMO), pengendalian emosi diri (*emotional self-control/ESC*). PT Budi Starch & sweetener Tbk, merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang tepung tapioka dan sweetener yang meliputi glukosa, fruktosa, maltodextrin dan sorbitol, PT Budi Starch & Sweetener Tbk, merupakan salah satu perusahaan yang bernaung di bawah kelompok usaha Sungai Budi Group (SBG) yang mengembangkan pabrik secara terintegrasi dari bahan baku yang berbahan dasar singkong. Pada tahun 2018 PT Budi Starch & Sweetener Tbk. Lampung Utara memiliki karyawan sebanyak 103.

Perilaku karyawan merupakan salah satu hal yang dinilai dalam mengukur kinerja karyawan di PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara berikut data penilaian perilaku kerja PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara. Perilaku PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, perilaku yang masih cenderung rendah adalah ketelitian, pengendalian emosi, dan disiplin.

Pengendalian emosional ditentukan ketika perusahaan memberikan sebuah tugas kerja tim yang diberikan terhadap karyawan untuk mengukur seberapa baik karyawan dapat bekerja sama dan manajemen emosi mereka agar dapat mencapai kinerja yang maksimal. Selain melihat kerja sama dan manajemen emosi tugas tersebut juga digunakan untuk mengukur seberapa besar tanggung jawab karyawan terhadap tugas yang telah diberikan. Karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki beberapa masalah dalam kecerdasan emosional hal ini dapat dilihat dari banyaknya karyawan yang masih seringbercakap-cakap dan bercanda ketika mereka sedang mengerjakan tugas yang telah diberikan. Kegiatan tersebut dapat menunjukkan kurangnya rasa kesadaran diri atas apa yang dilakukan, seharusnya mereka mengerti tugas karyawan namun ditengah kegiatan kerja justru melakukan hal yang kurang produktif dengan berbincang-bincang tersebut. Hal tersebut membuat waktu yang di peruntukan untuk bekerja menjadi tidak efektif dan efisien sehingga dapat menimbulkan penurunan kinerja karyawan.

PT Budi Starch & Sweetener memiliki kinerja karyawan yang sudah cukup baik namun, dalam beberapa hal karyawan masih sulit untuk mengatasi permasalahan yang mereka hadapi. Selain sulit dalam mengatasi beberapa masalah yang timbul karyawan juga sulit untuk mengelola kecerdasan emosional mereka. Sehingga membuat kinerja karyawan menjadi kurang efektif dan efisien.

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas maka penulis mencoba melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh *Adversity Quotient (AQ)* Dan *Emotional Intelligence (EI)* Terhadap Kinerja Karyawan PT. Starch & Sweetener Tbk. Lampung Utara “

1.2 Rumusan Masalah

Karyawan merupakan salah satu faktor penentuan kesuksesan sebuah perusahaan, meskipun terdapat banyak perbedaan dan keberagaman karyawan harus tetap mampu bersikap professional. Beban tugas yang dimiliki karyawan serta tekanan untuk selalu mampu membuat

perusahaan mencapai target, membuat beberapa karyawan mangkir dari pekerjaan. Menurut Stoltz (2000), karyawan dengan tingkat *adversity quotient* yang tinggi dapat beradaptasi terhadap perubahan dan tantangan serta memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan karyawan yang memiliki AQ rendah.

Berdasarkan uraian dan penjelasan latar belakang di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Adversity Quotient* berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara ?
2. Apakah *Emotional Intelligence* berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Adversity Quotient* terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Adversity Quotient

Adversity Quotient adalah kecerdasan yang dimiliki seseorang dalam menghadapi kesulitan, kegagalan, hambatan, sekaligus mengubah kesulitan dan kegagalan itu menjadi peluang untuk meraih tujuan dan kesuksesan.

2.2 Tiga Tingkat Kesulitan

Stoltz (2000) membagi kesulitan menjadi tiga tingkat yang terdiri dari kesulitan dimasyarakat, tempat kerja dan kesulitan individu.

2.3 Dimensi Adversity Quotient

AQ mempunyai empat dimensi yang disingkat dengan CORE yang mendeskripsikan pola respon seseorang terhadap kesulitan, yaitu:

1. Kendali (*Control*)
Dimensi ini menggambarkan kemampuan seseorang dalam mengendalikan dan mengelola sebuah peristiwa yang menimbulkan kesulitan.
2. Kepemilikan (*Ownership*)
Pada dimensi ini AQ mengukur kemungkinan seseorang akan melakukan sesuatu secara nyata untuk memperbaiki situasi walaupun hal itu bukan tanggung jawabnya. Dimensi kepemilikan ini dapat menggambarkan tanggung jawab seseorang ketika terjadi masalah.

3. Jangkauan (*Reach*)

Dimensi R adalah tingkat kemampuan seseorang untuk mengendalikan agar kesulitan yang terjadi tidak berpengaruh terhadap situasi lain dalam hidupnya. Semakin rendah nilai R, maka semakin besar kemungkinan seseorang menganggap peristiwa buruk sebagai bencana dan dapat berpengaruh pada aktivitas yang lain. Dimensi ini dapat menentukan beban, stres, usaha, dan energi.

4. Ketahanan (*Endurance*)

Dimensi ini mengukur persepsi seseorang tentang lamanya waktu yang diperlukan untuk menahan situasi buruk yang terjadi. Padadimensi ketahanan, AQ dapat menggambarkan tentang harapan dan optimisme.

2.4 Emotional Intelligence (Emosi)

Goleman (2002) mendefinisikan emosi merupakan dorongan untuk bertindak, rencana seketika untuk mengatasi masalah yang telah ditanamkan secara berangsur-angsur (evolusi), dan emosi juga sebagai perasaan dan pikiran-pikiran khas, suatu keadaan biologis, dan psikologis serta serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Goleman (2002), mengemukakan beberapa macam emosi, yaitu:

Tabel 1 Macam-Macam Emosi

Macam-Macam Emosi	Bentuk Emosi
Amarah	Beringas, mengamuk, benci, marah besar, jengkel, kesal hati, terganggu, berang, tersinggung, bermusuhan.
Kesedihan	Pedih, sedih, muram, suram, melankolis, mengasihi diri, kesepian, putus asa dan depresi berat.
Rasa Takut	Cemas, takut, gugup, khawatir, was-was, perasaan takut sekali
Kenikmatan atau Kesenangan	Bahagia, gembira, riang, puas, riang, senang, terhibur, bangga, takjub, terpesona, kegirangan, senang sekali
Cinta	Penerimaan, persahabatan, kepercayaan, kebaikan hati, rasa dekat, bakti, hormat, kasmaran, kasih
Terkejut	Terkesiap, terkejut, takjub, terpana
Jengkel	Hina, jijik, muak, benci, tidak suka
Malu	Malu hati, rasa salah, kesal hati, sesal, hina, aib, dan hati hancur

Sumber: Goleman (2002), diolah oleh penulis.

2.5 Sumber - sumber Emosi

Menurut Robbins dan Judge (2008) sumber-sumber emosi sebagai berikut :

1. Kepribadian
2. Hari dalam seminggu dan waktu dalam sehari
3. Cuaca
4. Stres
5. Aktivitas sosial
6. Olahraga
7. Usia
8. Gender

2.6 Teknik Mengelola Emosi

Menurut Baharudin dalam Mangkunegara (2009) terdapat beberapa teknik mengelola emosi, sebagai berikut :

1. Menggunakan Humor
2. Mengarahkan Kembali Energi Emosi
3. Mengambil Jeda

Suatu cara untuk mengurangi tekanan emosi dengan mengarahkannya pada kegiatan yang mampu “melupakan” atau mengalihkannya agar emosi menjadi normal, seperti yoga, meditasi, atau beribadah.

2.7 Indikator *Emotional Intelligence*

Palmer, *et al.* (2009) mengemukakan terdapat tujuh indikator kecerdasan emosional yaitu :

1. Kesadaran emosi diri (*emotional self awareness/ESA*) Indikator ini berhubungan dengan kemampuan seseorang mempersepsikan dan memahami emosinya sendiri.
2. Ekspresi emosi (*emotional expression/EE*)
Indikator ini berhubungan dengan kemampuan seseorang mengekspresikan emosinya dengan efektif.
3. Kesadaran terhadap emosi orang lain/empati (*emotional awareness of others/EAO*)
Indikator ini berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mempersepsikan dan memahami emosi orang lain.
4. Penalaran emosi (*emotional reasoning/ER*)
Indikator ini berhubungan dengan kemampuan seseorang memanfaatkan emosinya untuk mengambil keputusan.
5. Manajemen emosi diri (*emotional self-management/ESM*)
Indikator ini berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengatur emosinya sendiri dengan efektif.
6. Manajemen terhadap emosi orang lain (*emotional management of others/EMO*)
Indikator ini berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengatur emosi orang lain dengan efektif.

7. Pengendalian emosi diri (*emotional self-control/ESC*)

Indikator ini berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengendalikan emosi yang kuat.

2.8 Kinerja

Kinerja Pegawai menurut Mangkunegara (2009) adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Koopmans *et al.* (2014) mendefinisikan kinerja individu sebagai perilaku atau tindakan yang berhubungan dengan tujuan organisasi.

2.9 Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Pencapaian Kinerja

Faktor yang memengaruhi pencapaian kinerja adalah faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi (*motivation*). Hal ini sesuai dengan pendapat Keith Davis (dalam Mangkunegara, 2009) yang merumuskan bahwa :

$$\begin{aligned} \textit{Human Performance} &= \textit{Ability} \times \textit{Motivation} \\ \textit{Motivation} &= \textit{Attitude} \times \textit{Situation} \\ \textit{Ability} &= \textit{Knowledge} \times \textit{Skill} \end{aligned}$$

2.10 Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja menurut Fajar dan Heru (2010) adalah suatu sistem formal dan terstruktur yang mengukur, menilai, dan memperoleh atribut, perilaku dan hasil, termasuk tingkat ketidakhadiran yang dikaitkan dengan pekerjaan karyawan. Mangkunegara mengemukakan bahwa penilaian kinerja adalah penilaian yang dilakukan secara sistematis untuk mengetahui hasil pekerjaan karyawan dan kinerja organisasi selain itu untuk menentukan kebutuhan pelatihan secara tepat, memberikan tanggung jawab yang sesuai kepada karyawan sehingga dapat melaksanakan pekerjaan yang lebih baik di masa mendatang dan sebagai dasar untuk menentukan kebijakan dalam hal promosi jabatan atau penentuan imbalan.

2.11 Tujuan Penilaian Kinerja

Fajar dan Heru (2007) mengemukakan tujuan penilaian kinerja sebagai berikut :

1. Evaluasi yang menekankan perbandingan antar orang
 - a) Administrasi gaji
 - b) Pengakuan kerja individu
 - c) Identifikasi kinerja yang buruk
 - d) Keputusan promosi
 - e) Keputusan penahanan dan penghentian
 - f) Pemutusan hubungan kerja
2. Pengembangan yang menekankan pada adanya perubahan dalam diri seseorang sepanjang waktu
 - a) Umpan balik kinerja
 - b) Identifikasi kekuatan dan kelemahan individu

- c) Penentuan transfer dan penugasan
 - d) Identifikasi kebutuhan pelatihan individu
3. Pemeliharaan system
- a) Pengembangan tujuan korporasi dari individu
 - b) Evaluasi pencapaian tujuan oleh individu, tim, dan unit usaha strategis
 - c) Perencanaan sumber daya manusia
 - d) Penentuan kebutuhan pelatihan organisasi
 - e) Pengokohan sruktur wewenang
 - f) Identifikasi kebutuhan pengembangan organisasi
 - g) Audit sistem sumber daya manusia
4. Dokumentasi
- a) Dokumentasi keputusan-keputusan manajemen sumber daya manusia
 - b) Pemenuhan persyaratan legal manajemen sumber daya manusia
 - c) Kriteria untuk pengujian validasi

2.12 Indikator Kinerja

Terdapat dua indikator kinerja menurut Goodman dan Svyantek (1999) yaitu:

1. Kinerja kontekstual (*contextual performance*), mengacu pada kegiatan seperti kerelaan untuk melaksanakan tindakan yang tidak resmi dari pekerjaan, membantu orang lain, mengikuti aturan organisasi atau prosedur ketika pribadi nyaman, mendukung tujuan organisasi dan bertahan dengan usaha ekstra untuk berhasil menyelesaikan kegiatan tugas seseorang.
2. Kinerja tugas (*task performance*) kemampuan dan kecakapan pegawai dalam melaksanakan tugas pokok, mencakup kegiatan yang berkontribusi baik pada pekerjaan, mengelola tanggung jawab, menggunakan keahlian secara menyeluruh dalam pelaksanaan tugas dan menyelesaikan tugas kerja yang diberikan sesuai dengan *deadline* yang ditetapkan

2.13 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 = *Adversity Quotient* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara.

H2 = *Emotional Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengambil sampel karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara yang beralamat di Purwodadi, Gedung Ketapang, Sungkai Selatan, Kabupaten Lampung Utara. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kausal yang membuktikan hubungan sebab-akibat atau hubungan memengaruhi dan dipengaruhi. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh

karyawan PT Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara yang berjumlah 103. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara.

Uji instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur validitas adalah analisis faktor dan menggunakan rumus pearson product moment. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 18 dan menggunakan teknik pengukuran *Chronbach Alpha*, hasil pengujian dapat dikatakan reliabel apabila *Chronbach Alpha* > 0,6. Menurut Ghozali (2013) bahwa uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

HASIL

Responden pada penelitian ini sebanyak 103 karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk, Lampung Utara. Kuesioner yang kembali sebanyak 100 kuesioner, dan kuesioner yang dapat diolah sebanyak 100 kuesioner. Berdasarkan data tersebut maka tingkat pengembalian (*response rate*) dan *usable response rate* sebesar $= (100:103) \times 100\% = 97,08\%$. Karakteristik responden yang diperoleh sesuai dengan kuesioner terdiri dari masa kerja, jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. sebagai berikut :

4.1 Karakteristik Berdasarkan Masa Kerja.

Hasil menunjukkan bahwa tidak ada responden dengan masa kerja < 3 tahun, jumlah responden dengan masa kerja 3-6 tahun sebanyak 6 orang (6%), masa kerja 7-10 tahun sebanyak 40 orang (40%), masa kerja >10 tahun sebanyak 54 orang (54%). Berdasarkan data tersebut, mayoritas responden memiliki masa kerja >10 tahun.

4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil menunjukkan bahwa jumlah responden yang terdiri dari laki-laki sebanyak 54 orang (54%) dan perempuan sebanyak 46 orang (46%). Mayoritas responden pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara adalah laki- laki.

4.3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Usia

Hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara didominasi oleh kelompok usia ≤ 25 tahun yaitusebesar 44% dari jumlah keseluruhan karyawan.

4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Hasil menunjukkan bahwa 55 (55%) responden merupakan lulusan SMA/SMK, 25 (25%) responden merupakan lulusan D3, 20 (20%) responden merupakan lulusan S1, Berdasarkan Tabel 4.4 diatas, mayoritas responden berpendidikan SMA/SMK yaitu sebanyak 55 orang dengan persentase sebanyak 55%.

4.5 Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

Berdasarkan hasil uji validitas bahwa terdapat item pernyataan yang tidak valid atau memiliki *loading factor* <0,5. Item pernyataan yang tidak valid tersebut yaitu pernyataan X.10 pada *Adversity Quotient* (X1) dan Y.25 pada kinerja (Y).

Penghitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 18 *for windows*. Diketahui bahwa jika nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,8000-1,0000 memiliki reliabilitas yang sangat tinggi, apabila nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6000-0,79699 memiliki reliabilitas yang tinggi, apabila nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,4000-0,5999 memiliki reliabilitas yang cukup atau sedang, apabila nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,2000-0,3999 memiliki reliabilitas yang rendah, dan apabila nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,0000-0,1999 maka memiliki reliabilitas yang sangat rendah. Maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. *Adversity Quotient* X₁ dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,697 tergolong reliabilitas tinggi.
- b. *Emotional Intelligence* X₂ dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,650 tergolong reliabilitas tinggi.
- c. Kinerja Y dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0,706 tergolong reliabilitas tinggi.

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 18. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *sig*. Variabel *Adversity Questiont*, *Emotional Intelligence* dan kinerja >0,05 maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data adalah normal.

PEMBAHASAN

Deskripsi jawaban responden untuk variabel *Adversity Quotient*

Karyawan adalah bahwa jawaban responden tentang 5 item pernyataan kontrol memiliki skor rata-rata 4,08 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan kontrol yang baik. Stoltz (2000) menjelaskan bahwa dimensi kendali (*control*) menggambarkan kemampuan seseorang dalam mengendalikan dan mengelola sebuah peristiwa yang menimbulkan kesulitan. Dimensi kendali dapat menentukan keuletan, kegigihan dan ketahanan seseorang. Analisis berdasarkan hasil jawaban responden mengindikasikan bahwa karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara dapat mengendalikan kesulitan yang terjadi di tempat kerja. Hasil juga mengindikasikan bahwa karyawan mencoba melakukan pendekatan terhadap kesulitan di tempat kerja dan memiliki kemampuan untuk mengubah kesulitan menjadi peluang.

Jawaban responden tentang kepemilikan menjelaskan bahwa jawaban dari responden dari 5 item pernyataan tentang kepemilikan memiliki skor rata-rata 4,11 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki rasa kepemilikan yang baik. Stoltz (2000) menjelaskan bahwa dimensi

kepemilikan berhubungan dengan kemampuan seseorang untuk bertanggung jawab untuk menghadapi situasi yang menimbulkan kesulitan. Analisis menunjukkan bahwa berdasarkan hasil jawaban responden mengindikasikan bahwa karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara cukup dapat bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dan tugas yang diberikan. Hasil juga mengindikasikan bahwa karyawan juga merasa bertanggung jawab atas setiap peristiwa yang terjadi di perusahaan.

Jawaban responden tentang jangkauan adalah dari 5 item pernyataan tentang jangkauan memiliki skor rata-rata 4,07 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan mengendalikan masalah atau kesulitan yang terjadi agar tidak berpengaruh terhadap situasi lain dalam hidupnya dengan baik. Stoltz (2000) menjelaskan bahwa dimensi jangkauan (*reach*) menggambarkan tingkat kemampuan seseorang untuk mengendalikan agar kesulitan yang terjadi tidak berpengaruh terhadap situasi lain dalam hidupnya. sehingga berdasarkan hasil jawaban responden mengindikasikan bahwa karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara menganggap kesulitan tidak terlalu berpengaruh dalam situasi lain hidupnya.

Jawaban responden tentang ketahanan menunjukkan bahwa dari 5 item pernyataan tentang ketahanan memiliki skor rata-rata 4,11 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan ketahanan dalam menghadapi masalah atau kesulitan dengan baik. Stoltz (2000) menjelaskan bahwa dimensi ketahanan (*endurance*) mengukur persepsi seseorang tentang lamanya waktu yang diperlukan untuk menahan situasi buruk yang terjadi. Analisis Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki anggapan bahwa diperlukan waktu yang tidak lama untuk melewati suatu situasi buruk.

Deskripsi Hasil Penelitian Variabel *Emotional Intelligence*

Jawaban responden dari 2 item pernyataan tentang kesadaran diri memiliki skor rata-rata 4,15 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan kesadaran diri yang baik. Analisis menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan kesadaran diri yang baik dalam mempersepsikan dan memahami emosinya sendiri diantaranya dapat mengarahkan perilaku karyawan di tempat kerja dan dapat menyadari suasana hati dalam bekerja.

Jawaban responden tentang ekspresi emosi dari 2 item pernyataan tentang ekspresi emosi memiliki skor rata-rata 4,10 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki ekspresi emosi yang baik. Hasil dari analisis bahwa sebagian besar karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan dalam mengekspresikan emosinya secara efektif dengan mengekspresikan perasaan saat bekerja.

Jawaban tentang kesadaran terhadap emosi orang lain menjelaskan bahwa jawaban responden dari 2 item pernyataan tentang kesadaran emosi terhadap orang lain memiliki skor rata-rata 3,95 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki Kesadaran Terhadap Emosi Orang Lain dengan cukup baik. Hasil menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan dalam mempersepsikan dan memahami emosi orang lain diantaranya dapat memotivasi dan membuat rekan kerja optimis dalam bekerja.

Responden menjawab tentang penalaran emosi, dari 2 item pernyataan tentang penalaran emosi memiliki skor rata-rata 4,11 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan untuk memahami emosi dengan baik. Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan dalam memanfaatkan emosinya untuk mengambil keputusan diantaranya dapat mengendalikan amarah dan mampu menangani kesulitan dengan cara-cara yang rasional.

Dari 2 item pernyataan tentang manajemen emosi diri, karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan mengendalikan dan mengatur emosi mereka dengan baik. Palmer, *et al.* (2009) menjelaskan manajemen emosi diri adalah indikator kecerdasan emosional yang berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengatur emosinya sendiri dengan efektif. Hasilnya adalah sebagian karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan dalam mengatur emosinya sendiri dengan efektif. Manajemen diri beberapa karyawan diantaranya PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara masih buruk hal ini ditunjukkan dengan beberapa karyawan kurang mampu mengatasi stres kerja dan hal-hal yang mengganggu pekerjaan.

Dari 2 item pernyataan tentang manajemen terhadap emosi orang lain memiliki skor rata-rata 4,24 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan mengendalikan dan mengatur emosi orang lain dengan baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan dalam mengatur emosi rekan kerja dengan efektif diantaranya dengan membantu orang lain berfikir positif dan dapat melakukan hal yang sebaiknya dilakukan ketika rekan kerja merasa sedih.

Jawaban responden, dari 2 item pernyataan tentang pengendalian emosi diri memiliki skor rata-rata 4,33 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan mengendalikan emosi diri mereka dengan baik, namun ada beberapa karyawan yang masih sukit untuk mengendalikan emosi mereka hal ini ditandai dengan ada beberapa jawaban dari responden tentang pernyataan gagal untuk menangkan diri saat situasi sulit beberapa menjawab setuju. Analisis menyatakan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan

dalam mengendalikan emosi yang kuat diantaranya dengan pengendalian diri saat situasi sedih dan situasi sulit.

Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Kinerja

7 item pernyataan tentang kinerja kontekstual (*altruism*) memiliki skor rata-rata 4,04 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara kinerja kontekstual yang cukup baik. Goodman dan Svyantek (1999) menjelaskan kinerja kontekstual adalah indikator kinerja yang mengacu pada kegiatan seperti kerelaan untuk melaksanakan tindakan yang tidak resmi dari pekerjaan, membantu orang lain, mengikuti aturan organisasi atau prosedur ketika pribadi nyaman, mendukung tujuan organisasi dan bertahan dengan usaha ekstra untuk berhasil menyelesaikan kegiatan tugas seseorang. Kinerja kontekstual bagian satu yaitu *altruism* adalah karakteristik individu yang dapat ditunjukkan dengan kerelaan untuk membantu atau mementingkan kepentingan orang lain. Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki perilaku yang dominan mendukung lingkungan organisasi, lingkungan sosial dan lingkungan psikologis tempat mereka bekerja diantaranya membantu pekerjaan rekan yang tidak hadir, berinisiatif menjelaskan pekerjaan karyawan baru meskipun bukan tanggung jawabnya, membantu rekan kerja yang memiliki beban kerja tinggi, membuat saran inovatif untuk peningkatan kualitas kerja serta mengerjakan tugas yang tidak diwajibkan oleh perusahaan secara sukarela.

9 item pernyataan tentang kinerja kontekstual (*Conscientiousness*) memiliki skor rata-rata 4,07 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara kinerja kontekstual yang cukup baik. Kinerja kontekstual bagian dua yaitu *conscientiousness* yaitu karakteristik individu yang dapat ditunjukkan dengan pribadi yang teratur, lebih penuh pengendalian diri dan menggunakan kesadaran serta kata hati dalam pelaksanaan kerjanya. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki perilaku yang teratur, taat pada norma dan lebih penuh pengendalian diri diantaranya datang tepat waktu, bekerja sesuai norma yang berlaku, memberi pemberitahuan sebelum karyawan tidak masuk kerja, tidak melakukan cuti pada saat yang tidak tepat, tidak istirahat disaat yang tidak tepat, tidak menggunakan telepon pribadi saat bekerja dan tidak mengambil istirahat tambahan.

Jawaban respon tentang kinerja tugas yang menyajikan 9 item pernyataan memiliki skor rata-rata 4,02 yang berarti secara keseluruhan menunjukkan bahwa karyawan pada PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara kinerja tugas yang cukup baik. Perilaku yang menggambarkan kinerja tugas antara lain adalah kualitas dan kuantitas kerja, keterampilan kerja dan pengetahuan terhadap pekerjaan. Motowidlo dan Schmit dalam Hattrup dan Befort (2003) mendeskripsikan kinerja tugas merujuk pada perilaku berkontribusi pada aktivitas pemeliharaan dan transformasi inti dalam organisasi seperti mengelola dan mengatur bawahan dan memberikan pelayanan. Hasil menyatakan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch &

Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan dan kecakapan dalam melaksanakan tugas pokok, mencakup kegiatan yang berkontribusi baik pada pekerjaan, mengelola tanggung jawab, menggunakan keahlian secara menyeluruh dalam pelaksanaan tugas seperti pencapaian sasaran pekerjaan, menunjukkan keahlian dalam bekerja, memenuhi kewajiban pekerjaan, mengelola tanggung jawab lebih, melakukan tugas yang diberikan secara menyeluruh, dan memiliki rencana kerja sehingga pekerjaan dapat selesai tepat waktu.

Uji t (Parsial)

Hasil uji parsial pada variabel *Adversity Quotient* X1 dengan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (9,307) > t_{tabel} (1,9843)$, maka H_0 tidak didukung dan H_a didukung, dengan demikian secara parsial variabel *Adversity Quotient* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Sedangkan untuk variabel lingkungan kerja X₂ dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} (4,071) > t_{tabel} (1,9843)$, maka H_0 tidak didukung dan H_a didukung, dengan demikian secara parsial variabel *Emotional Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Hasil Uji Nilai Determinasi

Dari data yang diolah menunjukkan bahwa hasil dari perhitungan di peroleh nilai sebagai berikut :

R : 734

R_{square} : 538

Nilai R_{square} menjelaskan bahwa sebesar 53,8 % yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas (*Adversity Quotient* dan *Emotional Inteliigence*) terhadap variabel terikat (kinerja), sisanya dijelaskan oleh variabel lain seperti kepuasan kerja, lingkungan kerja, dan lain-lain.

Pengaruh *Adversity Quotient* Terhadap Kinerja PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara

Berikut analisis masing-masing indikator *Adversity Quotient* terhadap kinerja pada karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara :

1. Control

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan kontrol yang baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan pengendalian kontrol yang baik.

2. Ownership

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan untuk bertanggung jawab terhadap masalah dengan cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan tanggung jawab yang baik.

3. *Reach*

Berdasarkan hasil data yang diolah sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara sudah memiliki kemampuan jangkauan yang baik (data diolah 2018). Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian karyawan memang sudah memiliki kemampuan jangkauan yang baik.

4. *Endurance*

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan ketahanan dalam menghadapi masalah dengan cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan bertahan yang baik. Karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara sebagian sudah memiliki kemampuan tanggung jawab yang baik, namun beberapa karyawan masih memiliki anggapan bahwa dibutuhkan waktu yang lama untuk melewati beberapa situasi buruk.

Adversity Quotient merupakan hal yang sangat penting bagi karyawan, AQ dapat mengukur kegigihan, tanggung jawab, harapan, optimisme, dan stres pada seseorang, selain itu AQ juga dapat membuat seseorang mengubah kesulitan menjadi peluang dalam pekerjaan. Berdasarkan teori Stoltz (2000) dan penjelasan di atas maka *Adversity Quotient* berpengaruh terhadap kinerja pada karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji-t diketahui bahwa variabel *Adversity Quotient* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dengan nilai $t_{hitung} (9,307) > t_{tabel} (1,9843)$, dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.

Pengaruh *Emotional Intelligence* Terhadap Kinerja Pada Karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara.

Berikut analisis masing-masing indikator kecerdasan emosional terhadap kinerja pada karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara :

1. Kesadaran Emosi Diri

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan kesadaran terhadap emosinya sendiri dengan cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan memahami emosinya dengan baik. Hasil pengamatan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara. Emosi positif yang terlihat pada sebagian karyawan adalah emosi bahagia. Rasa senang dan gembira yang muncul pada karyawan disebabkan oleh pekerjaan yang selesai sesuai deadline dan selesai dengan hasil yang baik. Ungkapan emosi negatif juga terlihat pada karyawan, jumlah pekerjaan yang menumpuk mengakibatkan karyawan harus bekerja ekstra. Ungkapan emosi negatif yang terlihat yaitu perasaan frustrasi disebabkan oleh pekerjaan yang banyak dan tidak kunjung selesai. Indikator kesadaran emosi diri karyawan dirasakan jelas oleh setiap karyawan. Kesadaran diri akan emosi positif dan emosi negatif yang muncul seketika tanpa terkontrol.

2. Ekspresi emosi

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan mengekspresikan emosinya sendiri dengan cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan mengekspresikan emosi dengan baik. Karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan dalam mengekspresikan emosinya secara efektif dengan mengekspresikan perasaan saat bekerja.

3. Kesadaran Terhadap Emosi Orang Lain

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan empati yang cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan mengetahui emosi dari perilaku, mengamati emosi, memahami dan merasakan emosi orang lain (empati) dengan baik. Rasa empati karyawan sudah cukup baik namun ada beberapa karyawan yang masih memiliki rasa empati yang rendah hal ini ditunjukkan dengan, beberapa karyawan masih meluapkan emosinya pada pekerjaan dan pada sesama pekerja.

4. Penalaran Emosi Diri

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan penalaran emosi yang cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan penalaran emosi diri dengan baik.

5. Manajemen Emosi Diri

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan manajemen emosi diri yang cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan kemampuan mengontrol emosi. Kecerdasan emosional yang berhubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengatur emosinya sendiri dengan efektif. Manajemen diri beberapa karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara masih buruk, ketidak mampuan dalam mengelola emosi diri ditunjukkan dengan lampiasan amarah pada pekerjaan dan sesama rekan kerja.

6. Manajemen Emosi Orang Lain

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan manajemen emosi orang lain yang cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan kemampuan mengontrol dan mengendalikan emosi orang lain. Kecerdasan emosioanl juga berhubungan dengan bagaimana kita dapat mengendalikan dan mengontrol emosi orang-orang disekitar kita. Manajemen emosi orang lain pada karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara masih buruk, ketidak mampuan karyawan dalam mengendalikan emosi rekan kerja maupun atasan terkadang dapat menimbulkan konflik.

7. Pengendalian Emosi Diri

Secara keseluruhan karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara memiliki kemampuan pengendalian emosi terhadap diri sendiri yang cukup baik (data diolah 2018). Hasil menunjukkan bahwa sebagian karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, memiliki kemampuan kemampuan mengendalikan emosi dengan baik. Karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara sudah memiliki pengendalian emosi diri yang baik meski terdapat beberapa karyawan yang masih belum bisa mengendalikan emosi mereka dengan baik. Berdasarkan teori Palmer, *et al.* (2009), Goleman (2002) dan penjelasan di atas maka kecerdasan emosional berpengaruh terhadap kinerja pada Karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji-t diketahui bahwa variabel kecerdasan emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja dengan nilai $t_{hitung} (4,071) > t_{tabel} (1,9843)$ dan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$

KESIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Adversity Quotient* dan *Emotional Intelligence* terhadap kinerja pada karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang di ajukan :

1. *Adversity Quotient* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara.
2. *Emotional Intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara.

Saran

Beberapa hal yang dapat menjadi masukan pada penelitian ini berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, adalah :

1. Karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara sebaiknya dapat meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap diri mereka dalam menghadapi kesulitan yang mereka hadapi serta dapat meningkatkan pertahanan diri mereka dalam menghadapi berbagai permasalahan yang timbul.
2. Karyawan PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara sebaiknya dapat meningkatkan rasa empati dalam diri mereka serta dapat meningkatkan pengendalian emosi mereka dengan baik agar dapat mengendalikan emosi mereka dengan baik serta dapat peka terhadap emosi-emosi-emosi mereka, selain itu agar mereka juga dapat menghindari berbagai macam konflik dalam perusahaan yang disebabkan oleh emosi dalam diri mereka.

3. PT Budi Starch & Sweetener Tbk Lampung Utara sebaiknya dapat meningkatkan kualitas karyawan agar mampu meningkatkan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Befort, N., dan Hattrup, K. 2003. Valuing Task and Contextual Performance: Experience, Job Roles, and Ratings of the Importance of Job Behaviors. *Applied H.R.M. Research*, Volume 8, Number 1. Page 17- 32.
- Brackett, Marc A., Mayer, John D., dan Warner, Rebecca M. 2004. Emotional Intelligence and Its Relation To Everyday Behavior . *Journal of Personality and Individual Differences*. 36 : 1387–1402.
- Crampton, S. M. dan Hodge, J. W. 2009. Generation Y: Uncharted Territory. *Journal of business and Economics Research*. 7: 4, 1-6.
- Fajar, Siti Al dan Heru, Tri. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia : Sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang. BP- Universitas Diponegoro.
- Goleman, Daniel., 2002. *Kecerdasan Emosional : Mengapa EQ Lebih Penting Daripada IQ*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Goodman, dan Svyantek, 1999. Person–Organization Fit and Contextual Performance: Do Shared Values Matter. *Journal of Vocational Behavior*, 55(2), 254-275
- Hasibuan, Malayu. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pengertian Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT. Toko Gunung Agung.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan sembilan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hair, J.F., et al. 2010. *Multivariate data analysis*. New Jersey : Pearson Education Inc.

- Kasali, R. 2015. Strawberry Generation by Rhenald Kasali. *Online*. Tersedia: <http://aiesec.or.id/category/cultural-understanding/>. diakses pada 26 Februari 2018.
- Kilber, J., Barclay, A., dan Ohmer, D. 2015. Seven Tips for Managing Generation Y. *Journal of Management Policy and Practice*. 15: 4, 80-91.
- Koopmans, L., Bernaards, C.M., Hildebrandt, V.H., Vet, H.C.W. de, Beek, A.J. van der. 2014. Construct Validity of Individual Work Performance Questionnaire. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*. 56(3), Pp. 331-337
- Lazaro-Capones, A. R. 2004. *Adversity Quotient and the Performance Level of Selected Middle Managers of the Different Departments of the City of Manila as Revealed by The 360-Degree Feedback System*. Paper presented at Workshop for Prospective Scholars, International Industrial Relations Association, 5th Asian Regional Congress, Seoul, Korea.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, A.A. 2009. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung : RefikaAditama.
- Mathis, R.L. dan Jackson, J.H. 2006. *Human Resource Management*. Jakarta: Salemba Empat
- Mayer, John D., Caruso, David R., dan Salovey Peter. 2000. Emotional Intelligence Meets Traditionl Standards for an Intelligence. *Intelligence*. 27: 267-298
- Palmer, B. R., Stough, C., Harmer, R., & Gignac, G.E. (2009). Genos Emotional Intelligence Inventory. In C. Stough, D. Saklofske, & J. Parker (Ed.), *Assessing Emotional Intelligence: Theory, Research & Applications* (pp. 103-118). New York: Springer.
- Robbins, Stephen P. 2006. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Indeks Kelompok.
- Robbins, Stephen P. dan Judge, Timothy A. 2008. *Perilaku Organisasi*. Edisi 12, Buku 1. Jakarta: SalembaEmpat.
- Salleh, Abdul Rahman. 2005. *Pedoman Pengukuran Kinerja Tinggi Perpustakaan Perguruan Tinggi*. Jakarta : Forum Perpustakaan Tinggi Indonesia
- Sapta, Chyntia Dwi. 2016. *Pengaruh Narsismedan Adversity Quotient Terhadap Kinerja Karyawan Generasi Y Karyawan Pt Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Rajabasa*. Lampung : Universitas Lampung.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2010. *Research Methods For Bussiness*. Edisi Kelima. Wiley Publication.

- Silaen, Sofar dan Widiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: In Media84
- Stoltz, Paul G. 2000. *Adversity Quotient: Mengubah Hambatan Menjadi Peluang*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiarto. 2003. *Teknik Sampling*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama. Suliman, Abubakar M. dan Al-Shaikh, Fuad N. 2006. Emotional Intelligence at Work :Links to Conflict and innovation. vol. 29, no.2, pp 208-220
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Suyanto dan Jihad, Asep. 2013. *Menjadi Guru Profesional: Strategi Meningkatkan Kualifikasi dan Kualitas Guru di Era Global* . Jakarta : Esensi Erlangga Group.
- Vianti, Cisca Dian.2016. Pengaruh Kecerdasan EmosionalDan Narsisme Terhadap Kinerja KaryawanPada Pt Ramayana Lestari Sentosa Tbk Cabang Rajabasa. Lampung :Universitas Lampung.

**PENGARUH FAMILY OWNERSHIP DAN PROPORSI ANGGOTA KELUARGA PADA
DEWAN DIREKSI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
(Studi Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia
Tahun 2016)**

Oleh ;

**Lia Purnamasari¹
Hidayat Wiweko²
R.A. Fiska Huzaimah³**

*(Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung)¹
(Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung)^{2,3}*

lia.purnamasari@students.unila.ac.id
hidayatwiweko@yahoo.com
fiska.huzaimah@feb.unila.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh family ownership dan proporsi anggota keluarga pada dewan direksi terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan Teori Keagenan dengan menggunakan variabel dependen kinerja perusahaan (Tobin's Q) dan variabel independen yaitu family ownership dan proporsi anggota keluarga pada dewan direksi. Selain itu juga ditambahkan variabel kontrol yang digunakan yaitu leverage, firm size, dan firm age. Berdasarkan populasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh 37 perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen family ownership dan proporsi anggota keluarga pada dewan direksi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan pada tingkat signifikan 0.05. Hal ini mengidentifikasi bahwa ada atau tidaknya family ownership di suatu perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci : Family Ownership, Proporsi Anggota Keluarga pada Dewan Direksi, Kinerja Perusahaan.

**THE EFFECT OF FAMILY OWNERSHIP AND PROPORTION OF FAMILY MEMBERS IN THE BOARD OF DIRECTORS ON COMPANY PERFORMANCE
(Study of Consumer Goods Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016)**

By ;

Lia Purnamasari¹
Hidayat Wiweko²
R.A. Fiska Huzaimah³

(Alumni of the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)¹
(Lecturer at the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)^{2,3}

lia.purnamasari@students.unila.ac.id
hidayatwiweko@yahoo.com
fiska.huzaimah@feb.unila.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is determined the impact of family ownership and proportion of family members on the board of directors on firm performance. This research uses Agency Theory by using the dependent variable of firm performance (Tobin's Q) and independent variable that is family ownership and proportion of family member on board of directors. In addition, added control variables used are leverage, firm size, and firm age. Based on population there are 37 companies in the reserch with 2016 period. The result showed that the partial of the two independent variabel that is family ownership and proportion of family member on board of directors has no effect on company performance at the 0.05 significance level. This identified that the presence or absence of family ownership in a company has no influence on the performance of the company.

Keyword: Family Ownership, Family Members on the Board of Directors, Firm Performance.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penelitian ini memilih industri barang konsumsi sebagai objek penelitian karena industri barang konsumsi mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang cukup baik. Industri barang konsumsi mencakup industri makanan dan minuman, manufaktur tembakau, farmasi, kosmetik, dan peralatan rumah tangga. Tren peningkatan pertumbuhan ekonomi, kian membuat saham-saham barang konsumsi menjadi primadona di Indonesia (Simamora, 2017). Berdasarkan pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) di BEI pada Februari 2017, indeks sektor barang konsumsi telah mencatatkan peningkatan 53.81 poin atau naik 3.89%. Peningkatan indeks industri barang konsumsi mengalahkan indeks sektor perkebunan, pertambangan, properti, industri keuangan serta perdagangan, jasa dan investasi (Simamora, 2017). Hal tersebut merupakan cerminan dari peningkatan kinerja perusahaan dan dapat menjadi peluang bagi para investor dalam menanamkan modalnya pada industri barang konsumsi.

Pengukuran kinerja perusahaan dapat menggunakan dua sumber informasi yaitu dengan *market based information* (Tobin's Q) yang diyakini dapat mengukur kinerja pasar perusahaan dan *financial accounting information* (ROA) yang berguna untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan (Lukviarman, 2004). Penelitian ini menggunakan Tobin's Q untuk mengukur kinerja perusahaan karena Tobin's Q mencerminkan informasi yang terjadi di pasar yaitu berupa harga saham bukan dari informasi akuntansi keuangan yang berupa laporan keuangan yang sudah diolah perusahaan.

Penelitian ini menggunakan variabel independen *family ownership* dan proporsi anggota keluarga pada dewan direksi dan menambahkan variabel kontrol yaitu *leverage*, *firm size* dan *firm age*. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai oleh hutang (Wiagustini dalam Novari dan Lestari, 2016). Hasil penelitian Komalasari dan Nor (2014), *leverage* berpengaruh positif terhadap Tobin's Q, hal tersebut dapat dijelaskan bahwa perusahaan yang menggunakan hutang dapat menghemat pembayaran pajak sebagai akibat adanya bunga hutang yang harus dibayarkan.

Firm size yaitu dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan melihat logaritma natural dari total aset perusahaan. Hasil penelitian Shyu (2011) menyatakan bahwa *firm size* berpengaruh positif terhadap Tobin's Q, hal ini dapat dijelaskan bahwa perusahaan besar pada umumnya akan lebih mudah memperoleh pendanaan karena perusahaan dianggap lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba.

Firm age yaitu dapat digunakan untuk melihat kinerja perusahaan berdasarkan lamanya perusahaan berdiri. Hasil penelitian Komalasari dan Nor (2014) menyatakan bahwa *firm age* memiliki pengaruh negatif terhadap Tobin's Q, hal ini dapat dijelaskan bahwa

perusahaan keluarga yang sudah lama berdiri, kepemimpinan perusahaan akan dijabat oleh generasi penerus pendiri perusahaan yang kemampuan dan kapasitas mereka belum teruji.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah family ownership mempengaruhi kinerja perusahaan pada perusahaan barang konsumsi terdaftar di BEI tahun 2016?
2. Apakah proporsi anggota keluarga pada dewan direksi mempengaruhi kinerja perusahaan pada perusahaan barang konsumsi terdaftar di BEI tahun 2016 ?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengaruh Family Ownership Terhadap Kinerja Perusahaan

Perusahaan dengan kepemilikan saham mayoritas dimiliki oleh keluarga akan cenderung untuk dikontrol oleh keluarga pemilik perusahaan. Hal tersebut dapat menyebabkan adanya keuntungan sepihak antara pemegang saham keluarga dengan pemegang saham minoritas, karena ketika dilakukan pengambilan hak suara, pemegang saham mayoritas cenderung lebih diuntungkan karena memiliki lebih banyak anggota. Tentunya hal tersebut dapat menyebabkan kemungkinan konflik antara pemegang saham mayoritas seperti family ownership dengan pemegang saham minoritas.

Konflik lain yang dapat terjadi yaitu antara pihak manajemen perusahaan dengan pemegang saham perusahaan. Khususnya dalam hal ini yaitu konflik antara pihak manajemen perusahaan yang memiliki hubungan keluarga dengan pemegang saham family ownership yang berkonflik dengan pemegang saham lain dan merupakan pemegang saham mayoritas maupun minoritas yang tidak memiliki hubungan keluarga dengan pihak manajemen. Hal tersebut dapat memungkinkan pihak manajemen perusahaan akan cenderung untuk mementingkan kepentingan anggota keluarganya dibandingkan kepentingan para pemegang saham lainnya. Berdasarkan hasil penelitian Bambang dan Hermawan (2012) dan Beuren (2016) yang menyatakan bahwa family ownership berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan.

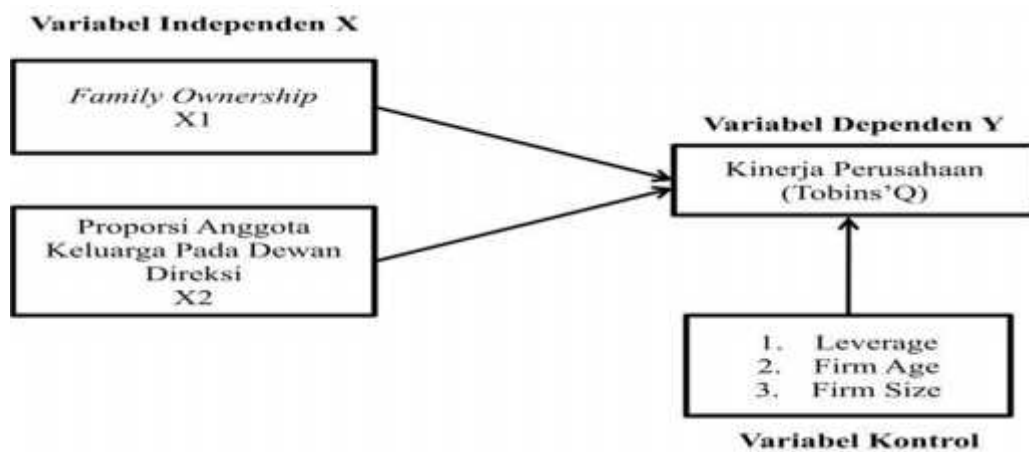
H1: Family ownership berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan

Pengaruh Proporsi Anggota Keluarga Pada Dewan Direksi Terhadap Kinerja Perusahaan

Menurut Smith dan Amoako Adu dalam Rouyer (2016), ketika pengumuman pengangkatan anggota keluarga menjabat sebagai dewan direksi, maka harga saham akan turun. Hal ini dikarenakan investor menganggap bahwa kemampuan anggota keluarga tersebut belum mumpuni, relatif masih muda dan minim

pengalaman. Menurut Bhatt dan Bhattacharya (2017), perwakilan anggota keluarga yang lebih tinggi pada dewan direksi tidak menunjukkan dampak yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sedangkan menurut Komalasari dan Nor (2014), kepemimpinan keluarga ditemukan berpengaruh negatif terhadap kinerja pasar perusahaan, namun tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sebaliknya, perwakilan anggota keluarga dalam dewan direksi ditemukan tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar perusahaan, namun berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

H2 : Proporsi anggota keluarga pada dewan direksi berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan



METODE PENELITIAN

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Rumus
Kinerja perusahaan	Variabel yang dapat menjelaskan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dayanya	$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{MKT} + \text{BVD}}{\text{BVA}}$
Family ownership	Variabel yang menjelaskan persentase ekuitas yang dimiliki anggota keluarga di perusahaan	$\text{FMO} = \frac{\text{Total saham keluarga}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$
Proporsi anggota keluarga pada dewan direksi	Variabel yang menjelaskan persentase anggota keluarga yang menjabat pada dewan direksi	$\text{FMOD} = \frac{\text{Jumlah anggota keluarga pada dewan direksi}}{\text{Total anggota dewan direksi}}$
Leverage	Leverage mencerminkan risiko keuangan suatu perusahaan yang dapat menggambarkan struktur modal dan mengetahui risiko tak tertagihnya hutang perusahaan	$\text{DAR} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aktiva}}$
Firm age	Logaritma natural usia perusahaan sejak tahun didirikannya perusahaan hingga tahun terakhir periode penelitian	$\text{AGE} = \ln(2016 - \text{Tahun perusahaan didirikan})$
Firm size	Logaritma natural total aset	$\text{SIZE} = \ln(\text{Total Aset})$

Sumber : Literatur dan data diolah penulis

Sampel

Total sampel penelitian dalam penelitian ini adalah sebanyak 37 perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016. Model regresi linier berganda ditunjukkan oleh persamaan (Komalasari dan Nor, 2014) :

$$Y = \alpha + \beta_1(\text{FMO}) + \beta_2(\text{FMOD}) + \beta_3(\text{DAR}) + \beta_4(\text{AGE}) + \beta_5(\text{SIZE}) + \epsilon$$

Keterangan

Y	= Kinerja perusahaan
α	= Konstanta
ϵ	= Variabel pengganggu (<i>error term</i>)
$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$	= Koefisien regresi
FMO	= <i>Family ownership</i>
FMOD	= Proporsi anggota keluarga pada dewan direksi
DAR	= <i>Debt to Asset Ratio</i>
SIZE	= <i>Firm size</i>
AGE	= <i>Firm age</i>

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Maximum</i>	<i>Minimum</i>	<i>Std. Deviation</i>
Tobin's Q	3.0543	1.3341	18.3975	0.3125	3.8642
FMO	0.2286	0.0000	0.8100	0.0000	0.2879
FMOD	0.2148	0.0000	0.8000	0.0000	0.2781
DAR	0.4033	0.3789	0.8318	0.0768	0.1793
FS	28.5224	28.0571	32.0398	25.6635	1.5841
FA	3.6793	3.7135	4.6347	1.9459	0.5201
N	37	37	37	37	37

Sumber : Diolah dengan program Eviews 9.

Tabel 2 menjelaskan statistik deskriptif seluruh variabel penelitian ini antara lain variabel dependen, independen dan kontrol. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Tobin's Q dan variabel independennya yaitu family ownership dan proporsi anggota keluarga pada dewan direksi. Serta ditambahkan variabel kontrol yaitu leverage (DAR), firm size (FS), dan firm age (FA).

Hasil statistik deskriptif dari variabel dependen Tobin's Q memiliki nilai minimum 0.3125 dan nilai maksimumnya 18.3975. Berdasarkan nilai *mean* dari perusahaan barang konsumsi yang dijadikan objek penelitian ini yaitu sebesar 3.0543 artinya bahwa rata-rata saham

perusahaan barang konsumsi dalam kondisi *overvalued* dan manajemen perusahaan berhasil dalam mengelola aktiva perusahaan serta potensi pertumbuhan investasi tinggi. Sebaliknya, jika nilai Tobin's $Q < 1$ menggambarkan bahwa saham dalam kondisi *undervalued* dan manajemen telah gagal dalam mengelola aktiva perusahaan serta potensi pertumbuhan investasi rendah (Sudiyanto dan Puspitasari, 2010).

Hasil statistik deskriptif dari variabel independen *family ownership* memiliki nilai minimum sebesar 0.0000 dan nilai maksimum sebesar 0.8100. Berdasarkan nilai *mean* dari perusahaan barang konsumsi yang dijadikan objek penelitian ini yaitu sebesar 0.2286 atau 22.86% artinya bahwa rata-rata *family ownership* di perusahaan barang konsumsi tidak lebih dari setengah kepemilikan saham diperusahaan. Nilai standar deviasi variabel FMO sebesar 0.2879 artinya bahwa terdapat penyimpangan sebesar 0.2879 terhadap rata-rata hitungannya.

Hasil statistik deskriptif dari variabel independen proporsi anggota keluarga pada dewan direksi memiliki nilai minimum 0.0000 dan nilai maksimumnya 0.8000. Berdasarkan nilai *mean* dari perusahaan barang konsumsi yang dijadikan objek penelitian ini yaitu sebesar 0.2148 atau 21.48% artinya bahwa rata-rata proporsi anggota keluarga pada dewan direksi tidak lebih dari setengah dari anggota dewan direksi di perusahaan. Nilai standar deviasi variabel FMOD sebesar 0.2781 artinya bahwa terdapat penyimpangan sebesar 0.2781 terhadap rata-rata hitungannya.

Hasil statistik deskriptif dari variabel kontrol *leverage* (DAR) memiliki nilai minimum sebesar 0.0768 dan nilai maksimumnya sebesar 0.8318. Berdasarkan nilai *mean* dari perusahaan barang konsumsi yang dijadikan objek penelitian ini yaitu sebesar 0.4033, artinya bahwa rata-rata perusahaan barang konsumsi menggunakan hutang pada pendanaannya sebesar 40.33% dari aset yang dimiliki oleh perusahaan dibiayai dari sisi hutang. Nilai standar deviasi variabel DAR adalah 0.1793 yang berarti bahwa terdapat penyimpangan sebesar 0.1793 terhadap rata-rata hitungannya.

Hasil statistik deskriptif variabel kontrol *firm size* yaitu memiliki nilai minimumnya sebesar 25.6635 dan nilai maksimumnya sebesar 32.0398. *Firm size* dihitung berdasarkan logaritma natural dari total aset perusahaan, sehingga berdasarkan hasil rata-rata dari perusahaan barang konsumsi yang dijadikan objek penelitian dapat diketahui bahwa nilai rata-ratanya sebesar 28.5224 artinya bahwa perusahaan memiliki total aset yang besar yaitu mencapai triliunan rupiah. Nilai standar deviasi pada variabel ini sebesar 1.5841 artinya bahwa terdapat penyimpangan sebesar 1.5841 terhadap rata-rata hitungannya.

Hasil statistik deskriptif dari variabel kontrol *firm age* yaitu memiliki nilai minimumnya sebesar 1.9459 dan nilai maksimumnya sebesar 4.6347. Variabel *firm age* ini dihitung menggunakan logaritma natural usia perusahaan sejak tahun didirikan hingga tahun terakhir periode penelitian. Berdasarkan nilai *mean* seluruh perusahaan barang konsumsi yang dijadikan objek penelitian sebesar 3.6793 artinya bahwa rata-rata perusahaan sampel memiliki umur yang

cukup tua yaitu mencapai puluhan tahun. Nilai standar deviasi *firm age* sebesar 0.5201 artinya bahwa terdapat penyimpangan sebesar 0.5201 terhadap rata-rata hitungannya.

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen (*family ownership* dan proporsi anggota keluarga pada dewan direksi) terhadap variabel dependen (Tobin's Q). Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
C	-22.54253	7.957399	-2.832902	0.0083
FMO	-0.085041	1.814222	-0.046875	0.9629
FMOD	-1.396207	1.725670	-0.809081	0.4251
DAR	-0.017690	2.404152	-0.007358	0.9942
FS	0.599425	0.236624	2.533235	0.0170
FA	2.254417	0.835459	2.698417	0.0115
R-squared		0.368330		
Adjusted R-squared		0.259421		
Sum squared resid		135.3360		
F-statistic		3.382003		
Prob.		0.015789		

Sumber : Diolah dengan program Eviews 9

Berdasarkan Tabel 3 maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut.

$$\text{Tobin's Q} = -22.54253 - 0.085041 \text{ FMO} - 1.396207 \text{ FMOD} - 0.017690 \text{ DAR} + 0.599425 \text{ FS} + 2.254417 \text{ FA}$$

Besarnya nilai konstanta sebesar -22.54253 pada persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa nilai Tobin's Q akan tetap sebesar -22.54253 tanpa adanya pengaruh dari variabel-variabel bebas. Ketika *family ownership* (FMO) meningkat sebesar 1 satuan maka nilai Tobin's Q akan menurun sebesar 0.085041, selanjutnya ketika proporsi anggota keluarga pada dewan direksi (FMOD) meningkat sebesar 1 satuan maka nilai Tobin's Q akan menurun sebesar 1.396207. Ketika *leverage* (DAR) meningkat sebesar 1 satuan maka nilai Tobin's Q akan menurun sebesar 0.017690. Selanjutnya ketika ketika *firm size* (FS) meningkat sebesar 1 satuan maka nilai Tobin's Q akan meningkat sebesar 0.599425 dan ketika *firm age* (FA) meningkat sebesar 1 satuan maka nilai Tobin's Q akan meningkat sebesar 2.254417.

PEMBAHASAN

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini menyatakan bahwa *family ownership* berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Tabel 4.4 menunjukkan bahwa *family ownership* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dikarenakan *family ownership* memiliki nilai koefisien regresi bernilai negatif -0.085041 dan nilai signifikan sebesar

0.9629 yang berarti > 0.05 , sehingga tidak terdapat pengaruh *family ownership* terhadap kinerja perusahaan dengan demikian H1 ditolak.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hariyanto dan Juniarti dalam Amalia dan Matusin (2016) yang menyatakan bahwa *family ownership* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dikarenakan investor dalam berinvestasi pada perusahaan tidak melihat apakah ada tidaknya *family ownership*. Tetapi lebih melihat bahwa perusahaan dianggap lebih stabil karena adanya campur tangan pemerintah dan kegiatannya selalu dalam pengawasan. Handriyani dan Saiful (2017) menyatakan bahwa kepemilikan keluarga tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, hal ini mengindikasikan bahwa kepemilikan keluarga tidak mampu menyelesaikan masalah keagenan di perusahaan.

Namun hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Bambang dan Hermawan (2012) dan Beuren (2016) yang menyatakan bahwa *family ownership* berpengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan. Semakin banyak saham yang dipegang oleh keluarga tertentu maka akan menyebabkan adanya kendali oleh keluarga tersebut sehingga dalam hal ini dapat menyebabkan adanya konflik antara pemegang saham pengendali seperti *family ownership* dengan pemegang saham minoritas. Misalnya saat pengambilan suara keputusan akhir dari pemungutan suara cenderung merupakan keinginan dari *family ownership*. Berdasarkan hasil penelitian ini yaitu bahwa *family ownership* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya jumlah saham yang dimiliki oleh keluarga tidak mempengaruhi kinerja perusahaan.

Hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini menyatakan bahwa proporsi anggota keluarga pada dewan direksi berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Tabel 4.4 menunjukkan bahwa proporsi anggota keluarga pada dewan direksi tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dikarenakan memiliki nilai koefisien regresi bernilai negatif -1.396207 dan nilai signifikan sebesar 0.4251 yang berarti > 0.05 , sehingga tidak terdapat pengaruh antara proporsi anggota keluarga pada dewan direksi terhadap kinerja perusahaan dengan demikian H2 ditolak.

Hasil penelitian ini didukung penelitian Dianti (2016) yang menyatakan bahwa keterlibatan keluarga pada dewan direksi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Komalasari dan Nor (2014) yang menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga di dewan direksi berpengaruh negatif signifikan terhadap kinerja perusahaan, hal ini bisa jadi disebabkan oleh lemahnya kompetensi anggota keluarga yang menduduki jabatan sebagai dewan direksi atau karena kurangnya pengalaman untuk mengelola perusahaan.

Anggota manajemen perusahaan salah satunya yaitu dewan direksi merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan di perusahaan agar keputusan yang diambil dapat memberikan dampak yang baik terhadap perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian ini

bahwa proporsi anggota dewan direksi yang memiliki hubungan keluarga dengan pemegang saham tidak mempengaruhi kinerja perusahaan. Hal itu bisa terjadi karena untuk meningkatkan kinerja perusahaan dibutuhkan profesionalitas dalam bekerja dari seluruh pihak manajemen perusahaan seperti bagian dewan direksi, bukan hanya dari anggota dewan direksi yang memiliki hubungan keluarga dengan pemegang saham saja.

Leverage (DAR) sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini memiliki koefisien regresi negatif -0.017690 dan nilai signifikan sebesar 0.9942 yang berarti > 0.05 sehingga tidak terdapat pengaruh *leverage* terhadap kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Hanani dan Aryani (2011) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, artinya bahwa besar kecilnya *leverage* yang dimiliki oleh perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.1 nilai rata-rata *leverage* pada penelitian ini sebesar 0.4033. Artinya bahwa 40.33% dari aset yang dimiliki oleh perusahaan dibiayai dari sisi hutang dan dalam hal ini, perusahaan dalam mendanai aktivitasnya cenderung menggunakan modal sendiri yang berasal dari laba ditahan dan modal saham dari pada menggunakan hutang. Selain itu juga dilihat dari sisi investor, para investor tidak hanya melihat *leverage* untuk melihat baik atau tidaknya kinerja suatu perusahaan.

Firm Size (FS) sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini memiliki koefisien regresi positif 0.599425 dan nilai signifikan sebesar 0.0170 yang berarti < 0.05 sehingga terdapat pengaruh positif antara *firm size* dengan kinerja perusahaan. Hal ini artinya bahwa ketika *firm size* semakin meningkat maka akan meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Komalasari dan Nor (2014) yang menyatakan bahwa semakin besar perusahaan maka akan memiliki rasio *Tobin's q* semakin besar, karena perusahaan besar pada umumnya akan lebih mudah mencari pembiayaan eksternal serta perusahaan tersebut relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba, sehingga akan menarik bagi investor yang tercermin dari kenaikan harga saham perusahaan.

Firm Age (FA) sebagai variabel kontrol dalam penelitian ini memiliki koefisien regresi positif 2.254417 dan nilai signifikan sebesar 0.0115 yang berarti < 0.05 sehingga terdapat pengaruh positif antara *firm age* dengan kinerja perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena semakin berumur suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan memiliki pengalaman dalam mengelola perusahaan yang lebih baik. Perusahaan yang sudah berumur juga sudah melewati masa-masa ketika perusahaan dalam kondisi baik atau buruk, sehingga dengan adanya pengalaman tersebut maka perusahaan mampu mengelola sumberdaya yang dimilikinya dengan baik dan dialokasikan ke dalam perusahaan secara efektif dan efisien. Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian Bhatt dan Bhattacharya (2017) yang menyatakan bahwa *firm age* berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang artinya bahwa semakin berumur perusahaan maka pengalaman yang dimiliki juga semakin banyak sehingga lebih unggul jika dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut.

- a. Variabel *family ownership* (FMO) tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dikarenakan nilai signifikan dari uji t sebesar 0.9629 yang berarti > 0.05 . Berdasarkan hal tersebut maka H1 ditolak, sehingga tidak terdapat pengaruh antara *family ownership* terhadap kinerja perusahaan (Tobins Q).
- b. Variabel proporsi anggota keluarga pada dewan direksi (FMOD) tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dikarenakan nilai signifikan dari uji t sebesar 0.4251 yang berarti > 0.05 . Berdasarkan hal tersebut maka H2 ditolak, sehingga tidak terdapat pengaruh antara proporsi anggota keluarga pada dewan direksi terhadap kinerja perusahaan (Tobin's Q).

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh antara *family ownership* dan proporsi anggota keluarga pada dewan direksi terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016. Berdasarkan teori keagenan yang mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham dengan manajemen sebagai agen. Adanya perbedaan kepentingan antara pihak manajemen dengan pemegang saham dapat memicu masalah agensi dalam berbagai bentuk salah satunya yaitu antara pihak manajemen dengan pemegang saham dan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Adanya konflik keagenan tentunya dapat menurunkan kinerja perusahaan. Namun berdasarkan hasil penelitian ini, berbeda dengan uraian dari teori keagenan karena hubungan antara *family ownership* dan proporsi anggota keluarga pada dewan direksi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan.

Saran

Berdasarkan dari hasil simpulan yang diperoleh maka, penulis ingin memberikan saran bagi pihak yang berkepentingan yaitu sebagai berikut.

1. Bagi akademisi
Bagi akademisi untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan objek atau sektor yang berbeda dan menggunakan metode penelitian yang berbeda sehingga dapat dilihat apakah ada perbedaan hasil penelitian.
2. Bagi investor atau calon investor
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat dilihat bahwa perusahaan dengan *family ownership* tidak mempengaruhi kinerja perusahaan. Maka untuk investor dan calon investor disarankan untuk lebih cermat dalam mengambil keputusan investasi maupun dalam membentuk portofolio. Khususnya pada perusahaan dengan kepemilikan terkonsentrasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Kicky., dan Matusin, Anita Roosmalina. 2016. "Analisis Pengaruh Ownership Concentration dan Ownership Composition Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Non Financial Di Indonesia". Seminar Nasional Cendekiawan.
- Anderson, R.C., and Reeb, D.M. 2003. "Founding - Family Ownership and Firm Performance: Evidence From The S&P 500". *Journal of Finance*. Vol. 58 No. 3, pp. 1301-27.
- Arifin, Zainal. 2007. *Teori Keuangan dan Pasar Modal*. Yogyakarta. Ekonisia.
- Ayub, Maydelina. 2008. *Pengaruh Family Control Terhadap Cost Of Debt Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI*. Tesis. Universitas Indonesia.
- Bambang, Margareta., dan Hermawan, Marko. 2012. "Founding Family Ownership and Firm Performance: Empirical Evidence From Consumer goods Industry In Indonesia". *Journal of Binus*. Vol 4. No 2
- Beuren, I. 2016. "Influence of Family Ownership on Company Performance". *International Journal of Managerial Finance*. Vol. 12 Iss 5, pp. 654-672.
- Bhatt, R. Rathish., and Bhattacharya, Sujoy. 2017. "Family Firm, Board Structure and Firm Performance: Evidence From Top Indian Firms". *International Journal Of Law and Management*. Vol. 59 Issue : 5, pp. 699 - 717.
- Chang, S.J., and Shim, J. 2015. "When does Transitioning From Family to Professional Management Improve Firm Performance?". *Strategic Management Journal*. Vol. 36 No. 9, pp. 1297-1316.
- Chu, Wenyi. 2009. "Family Ownership and Firm Performance : Influence of Family of Management, Family Control and Firm Size". *Asia Pacific Journal of Management*.
- Damayanti, Tri. 2017. *Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Kontrol Keluarga Terhadap Kinerja Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Tesis. Universitas Lampung.
- Dianti, Noverika. 2016. *Pengaruh Keterlibatan Keluarga Terhadap Kinerja Perusahaan: Penelitian Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks KOMPAS 100 Tahun 2012-2014*. Tesis. Universitas Gadjah Mada.
- Dwipoyono, Yosaphat Puspo. 2013. *Pengaruh Family Ownership Terhadap Firm Performance Pada Badan Usaha Yang Terdaftar Di BEI Periode 2008-2010*. Skripsi. Universitas Surabaya.

- Ghozali, Imam. 2007. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gonzales, M.R . 2007. “A Research About Of Family Firm Definition”. Working Paper. University De Lleida.
- Hanani, Famera., dan Aryani, Anni. 2011. “Pengaruh Gender Dewan Komisaris, Gender Dewan Direksi Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan. Jurnal Akuntansi. Universitas Negeri Surakarta.
- Handriyani, Aryati., dan Saiful. 2017. Pengaruh Kepemilikan Keluarga, Dewan Direksi dan Dewan Komisaris yang Memiliki Hubungan Keluarga Terhadap Kinerja Perusahaan. Tesis. Universitas Bengkulu.
- Indriastiti, Dessy P.P. 2008. Hubungan Corporate Governance dan Struktur Kepemilikan dengan Kinerja Perusahaan. Skripsi. Fakultas Ekonomi UNDIP. Semarang.
- Kamaliah. 2013. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi, dan Motivasi Terhadap Kinerja Akuntan Pemerintah (Studi Empiris Pada Akuntan BPKP)”. Jurnal Akuntansi dan Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Riau.
- Komalasari, Puput., dan Nor, M.Alfin. 2014. “Pengaruh Struktur Kepemilikan Keluarga, Kepemimpinan dan Perwakilan Keluarga terhadap Kinerja Perusahaan”. Jurnal Akuntansi . Vol 5. No 2.
- Lang, L. and Stulz, R. 2002. “Tobin’s q, Corporate Diversification, and Firm Performance”. Journal of Political Economy. Vol. 102, pp. 1248-80.
- Lukviarman, Niki. 2004. Ownership Structure and Firm Performance: The Case of Indonesia. Disertasi. Graduate School of Business. Curtin Univercity of Technology, Australia.
- Maury, Benjamin. 2006. “Family Ownership and Firm Performance: Empirical Evidence From Western European Corporation”. Journal of Corporate Finance. Vol 12, No 321-341.
- Novari, P. Mikhy., dan Lestari, P.Vivi. 2016. “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti dan Real Estate”. Jurnal Manajemen. UNUD. Vol. 5. No.9
- Pratama, Putra. 2013. Analisis Pengaruh Family Ownership terhadap Kinerja Perusahaan. Skripsi. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga. Universitas Indonesia.
- Rostami, Malihe. 2015. “The effect of Ownership Structure on Tobins Q Ratio”. Jurnal of Reserchin Business, Economics and Management. Islamic Azad University. Vol 3, issue 2.

- Rouyer, Ellen. 2016. "Family Ownership and Busy Boards: Impact on Performance". *Management Decision*. Vol.54 Iss 4 pp. 832-853. Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sarjono, H., dan Julianita, W. 2013. *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi untuk Riset*. Jakarta. Salemba Empat.
- Shyu, Jonchi. 2011. "Family Ownership and Firm Performance: Evidence From Taiwanese Firm". *International Journal of Managerial Finance*. Vol.7 iss 4 pp.397-441.
- Simamora, Novita. 2017. "Saham-saham Konsumer Kian Diminati Investor". Bisnis.com/market/read/20170303/190/633538/saham-saham-konsumer-kian-diminati-investor
- Soerjonodibroto, Tjhajono. 2010. *Practice of Directorship in Family Firm*, Makalah dalam Pelatihan yang Diselenggarakan Oleh Indonesia Institute For Corporate Directorship (IICD). Jakarta.
- Sudiyanto, Bambang., dan Puspitasari, Ellen. 2010. "Tobin's Q dan Altman Z Score Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan". *Jurnal Akuntansi*. Vol. 2. No.19
- Sugiarto. 2009. *Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. CV Alfabeta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta. CV Andi Offset.
- Suwito dan Herawaty. 2005. "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang dilakukan oleh Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Winarno, Wahyu. 2017. *Analisis Ekonometrika dan Statistik dengan Menggunakan Eviews*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- , Suara Merdeka. 2007. "Perusahaan Swasta Beri Kontribusi Besar Pada PDB". (<http://www.suaramerdeka.com/harian/0706/28/eko06.htm>)
- , www.idx.co.id. Diakses pada Juni 2017.
- , www.sahamok.com. Diakses pada Desember 2017.
- , www.ojk.go.id. Diakses pada Januari 2018.

**PENGARUH CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN
(Studi pada perusahaan LQ-45 yang terdaftar di BEI periode 2013-2016)**

Oleh :

**Vina Sonia Kurnianti¹
Sri Hasanawati²
Igo Febrianto³**

(Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung)¹

(Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung)^{2,3}

vina.soniakurnianti@students.unila.ac.id

sri.hasna2015@gmail.com

igofebrianto@gmail.com

ABSTRAK

Corporate Governance merupakan salah satu elemen kunci dalam meningkat efisiensi ekonomis, yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, para pemegang saham dan stakeholders lainnya. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Corporate Governance (komisaris independen, kepemilikan institusional, dewan direksi dan komite audit) memiliki pengaruh terhadap kebijakan dividen. Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan LQ 45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2013-2016. Sampel dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 17 perusahaan dengan menggunakan metode purposive sampling. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan variabel dependen yaitu kebijakan dividen dan ditemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen sedangkan variabel komisaris independen, dewan direksi dan komite audit berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen.

Kata Kunci : Kebijakan Dividen, Komisaris Independen, Kepemilikan Institusional, Dewan Direksi dan Komite Audit.

**THE EFFECT OF CORPORATE GOVERNANCE TO THE DIVIDEND POLICY
(Study at LQ-45 Company List in IDX Period 2013 – 2016)**

By :

Vina Sonia Kurnianti¹
Sri Hasanawati²
Igo Febrianto³

(Alumni of the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)¹
(Lecturer at the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)^{2,3}

vina.soniakurnianti@students.unila.ac.id

sri.hasna2015@gmail.com

igofebrianto@gmail.com

ABSTRACT

Corporate Governance is one of the key elements in increasing economic efficiency, which includes a series of relationships between the management of the company, the board of commissioners, shareholders and other stakeholders. The purpose of this study was to find out whether Corporate Governance (independent commissioners, institutional ownership, board of directors and audit committee) had an influence on dividend policy. Objects in this study are LQ 45 companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the year 2013-2016. The sample in this study obtained by 17 companies by using purposive sampling method. Based on the results of the test using multiple linear regression analysis with the dependent variable is dividend policy and found that institutional ownership positively influences the dividend policy while independent commissioner, board and audit committee variables negatively affect dividend policy.

Keywords : Dividend Policy, Independent Commissioner, Institutional Ownership, Board of Directors and Audit Committee.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Corporate Governance merupakan salah satu elemen kunci dalam meningkat efisiensi ekonomis, yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, para pemegang saham dan stakeholders lainnya. Dengan adanya sistem *Corporate Governance* para pemegang saham dan investor menjadi yakin akan memperoleh *return* atas investasinya, karena *Corporate Governance* dapat memberikan perlindungan efektif bagi para pemegang saham dan investor.

Arifin (2005) mengemukakan tujuan *Corporate Governance* adalah menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan, pihak-pihak tersebut adalah pihak internal yang meliputi dewan komisaris, direksi, karyawan, dan pihak eksternal yang meliputi investor kreditur, pemerintah, masyarakat dan pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*). *Corporate governance* pada perusahaan perlu dipertimbangkan oleh calon investor demi kelangsungan investasinya di masa datang.

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dalam perusahaan merupakan suatu sistem yang dapat melindungi pemegang saham dari penyalahgunaan wewenang manajemen. Penerapan GCG (*Good Corporate Governance*) tidak terlepas dari peranan beberapa pihak. Adapun pihak yang terkait dengan GCG yaitu Komisaris, Direksi, Komisaris Independen, Komite Audit dan Sekretaris perusahaan (Septiani, 2013).

Perusahaan LQ-45 merupakan gabungan dari 45 perusahaan unggulan yang sahamnya merupakan *favorite* para investor, saham LQ 45 memiliki tingkat risiko lebih kecil dibandingkan dengan saham Non LQ 45. Hal ini dikarenakan saham LQ 45 itu merupakan gabungan dari perusahaan yang memiliki likuiditas yang tinggi sehingga perputarannya lebih cepat dari saham Non LQ 45.

Penelitian tentang pengaruh *Corporate Governance* terhadap kebijakan dividen sudah banyak diteliti. Penelitian Al Shabibi dan Ramesh (2011) menemukan bahwa komisaris independen, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan risiko perusahaan yang berpengaruh signifikan positif terhadap kebijakan dividen. Jumlah komisaris menunjukkan hasil uji yang tidak signifikan. O'Connor (2013) menemukan bahwa komisaris independen berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen.

Namun, di Nigeria praktik *corporate governance* berpengaruh negatif terhadap kebijakan dividen. Septiani (2013) menemukan bahwa dewan direksi dan komisaris Independen yang merupakan komponen pengukuran *good corporate governance* (GCG) memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada kebijakan dividen.

Ketidak konsistenan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti mengenai pengaruh *Corporate Governance* terhadap kebijakan dividen menarik untuk diteliti kembali. Penelitian ini bertujuan melakukan kajian terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen perusahaan, khususnya perusahaan- perusahaan LQ 45 yang terdaftar di BEI. Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan, terdapat ketidak konsistenan hasil dari variabel-variabel tersebut. Sehingga penelitian ini perlu diuji kembali.

A. Rumusan Masalah

1. Apakah komisaris independen berpengaruh terhadap kebijakan dividen pada perusahaan LQ-45 di BEI tahun 2013-2016?
2. Apakah kepemilikan institusional berpengaruh terhadap kebijakan dividen pada perusahaan LQ-45 di BEI tahun 2013-2016?
3. Apakah dewan direksi berpengaruh terhadap kebijakan dividen pada perusahaan LQ-45 di BEI tahun 2013-2016?
4. Apakah komite audit berpengaruh terhadap kebijakan dividen pada perusahaan LQ-45 di BEI tahun 2013-2016?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengaruh Komisaris Independen terhadap kebijakan dividen

Peran komisaris independen sangat dibutuhkan oleh pemegang saham minoritas yang tertarik akan pendapatan dividen. Komisaris independen dalam hal ini berperan sebagai wakil pemegang saham minoritas dan pemegang kepentingan lainnya sehingga hak dan kepentingan mereka terlindungi dalam pengambilan keputusan. Komisaris independen dibutuhkan oleh pemegang saham untuk menjamin terpenuhinya hak-hak mereka dalam pengambilan keputusan oleh pihak-pihak yang memiliki kendali terhadap perusahaan (Al Sabibi dan Ramesh, 2011).

Dewan komisaris harus memantau efektivitas dari praktik *good corporate governance* yang telah diterapkan perseroan, dan melakukan penyesuaian bila itu diperlukan. Tugas seorang dewan komisaris yaitu untuk memonitor manajer dalam mengelola perusahaan, menjamin strategi perusahaan dan mewajibkan terlaksananya akuntabilitas. Dewan komisaris bertanggung jawab dan mempunyai kewenangan untuk mengawasi kebijakan dan kegiatan yang dilakukan direksi dan manajemen atas pengelolaan sumber daya perusahaan agar dapat berjalan secara efektif, efisien dan ekonomis dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Al Sabibi dan Ramesh (2011), O'Connor (2013), dan Abor dan Fiador (2013) menemukan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Diduga komisaris independen berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap kebijakan dividen

Kepemilikan institusional adalah suatu kepemilikan jumlah saham suatu perusahaan oleh suatu lembaga seperti perusahaan asuransi, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lainnya. Kepemilikan institusional dapat mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal sehingga keberadaannya memiliki arti penting bagi pemantauan manajemen.

Kepemilikan institusional di suatu perusahaan akan mendorong peningkatan pengawasan agar lebih optimal terhadap kinerja manajemen, karena kepemilikan saham mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap kinerja manajemen. Pengawasan yang dilakukan oleh investor institusional sangat bergantung pada besarnya investasi yang dilakukan (Kurniawati, et al (2015).

Kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Hal ini disebabkan investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis perusahaan (Jensen dan Meckling, 1976).

Semakin tinggi tingkat kepemilikan institusional, semakin kuat tingkat pengendalian yang dilakukan oleh pihak eksternal terhadap perusahaan, sehingga *agency cost* yang terjadi di dalam perusahaan semakin berkurang (Hapsari, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2012) menemukan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Sebagai institusi, investor institusional tertarik akan pengembalian investasi berupa dividen kas untuk peningkatan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, et. al (2015) juga menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka diajukan hipotesis yaitu sebagai berikut:

H₂ :Diduga kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen

Pengaruh Dewan Direksi terhadap kebijakan dividen

Dewan direksi sebagai organ perusahaan bertugas dan bertanggung jawab secara kolektif dalam mengelola perusahaan. Masing-masing anggota direksi dapat melaksanakan tugas dan mengambil keputusan sesuai dengan pembagian tugas dan wewenangnya.

Tugas seorang direksi dalam suatu perusahaan yaitu menentukan kebijakan yang akan diambil serta menyusun strategi perusahaan tersebut secara jangka pendek maupun jangka panjang, seorang direksi juga harus mengontrol serta memastikan bahwa perusahaan tersebut sudah menjalankan kewajiban dan ketentuan yang telah ditetapkan dan diatur dalam undang-undang yang berlaku (KNKG,2006). Hal ini sejalan dengan penelitian Byoun et al. (2011) dalam Septiani (2013) yang menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan

antara komposisi Dewan Direksi dengan kebijakan dividen. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃ :Diduga dewan direksi berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen

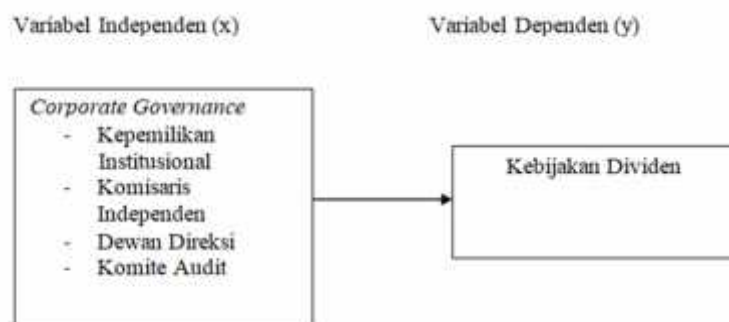
Pengaruh Komite Audit terhadap kebijakan dividen

Komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris, dan merupakan organ pendukung yang membantu dewan komisaris dalam memonitoring, evaluasi dan pengawasan terhadap pengelolaan perusahaan. Komite audit merupakan yang anggotanya diangkat dan diberhentikan oleh dewan komisaris.

Peran dan tanggung jawab komite audit adalah memonitor dan mengawasi audit laporan keuangan dan memastikan agar standar dan kebijaksanaan keuangan yang berlaku terpenuhi, memeriksa ulang laporan keuangan apakah sudah sesuai dengan standar dan kebijaksanaan tersebut dan apakah sudah konsisten dengan informasi lain yang diketahui oleh anggota komite audit, serta menilai mutu pelayanan dan kewajaran biaya yang diajukan auditor eksternal (KNKG, 2006).

Komite Audit berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen suatu perusahaan. Hal ini berarti bahwa semakin banyaknya anggota Komite Audit, maka akan semakin ketatnya pengawasan terhadap perusahaan tersebut sehingga operasional pun akan maksimum dan akhirnya dapat meningkatkan keuntungan yang akan dibagikan pada pemegang saham dalam bentuk dividen Septiani (2013). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₄ :Diduga komite audit berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen



METODE PENELITIAN

Kepemilikan Institusional

$$Kepemilikan\ Institusional = \frac{Saham\ Dimiliki\ Institusi}{Saham\ Beredar}$$

(Sukarni, 2012)

Komisaris Independen

$$\frac{\text{Komisaris Independen}}{\text{Anggota Dewan Komisaris}} \times 100\% \quad (\text{Tasrantri, 2004})$$

Dewan Direksi

$$\sum \text{Jumlah Anggota Dewan Direksi} \quad (\text{Hinuri, 2002})$$

Komite Audit

Hinuri (2002) dalam Septiani (2013) menyatakan bahwa variabel Komite Audit dapat ditentukan dengan melihat jumlah Komite Audit dalam suatu perusahaan. Pada penelitian ini untuk mengukur komite audit adalah jumlah anggota komite audit pada perusahaan sampel

$$\sum \text{Jumlah Anggota Komite Audit} \quad (\text{Hinuri, 2002})$$

Variabel Dependen

$$DPR = \frac{\text{Devidend Per Share}}{\text{Earning Per Share}}$$

Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari perusahaan LQ-45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016. Perusahaan LQ-45 merupakan salah satu indeks di Bursa Efek Indonesia (BEI), daftar saham yang menjadi acuan perhitungan indeks LQ-45 diperbaharui selama 6 (enam) bulan sekali. Indeks LQ-45 terdiri dari 45 emiten dengan likuiditas tinggi, yang diseleksi menggunakan beberapa kriteria pemilihan. Sampel yang digunakan sebanyak 17 perusahaan.

Analisis Regresi Berganda

analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen *Corporate Governance* menggunakan variabel jumlah komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dewan direksi terhadap variabel dependen yaitu kebijakan dividen. Adapun model analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$DIV_{it} = a + b_1IND_{it} + b_2INST_{it} + b_3DRKSI_{it} + b_4AUDT_{it} + e_{it}$$

Keterangan :

DIV : Kebijakan Dividen

- KI : Kepemilikan Institusional DKI
 Komisaris Independen DRK : Dewan Direksi
 KAU : Komite Audit
 A : Konstanta
 b1 – b5 : Koefisien determinasi
 it : Perusahaan *i* pada tahun *t*
 e : Kesalahan acak (*error*)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Statistik

Tabel 1. Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kebijakan Dividen	68	,04	1,00	,4263	,20952
Komisaris Independen	68	,17	,80	,4549	,13858
Kepemilikan Institusional	68	,40	,85	,6011	,11299
Dewan Direksi	68	5,00	11,00	8,2041	1,92438
Komite Audit	68	3,00	9,00	3,1053	1,07183
Valid N (listwise)	68				

Sumber: Data Olahan SPSS 15

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kebijakan dividen memiliki nilai minimum sebesar 0,04 dan nilai tertinggi *Dividend Payout Ratio* sebesar 1,00 yaitu pada perusahaan Unilever Indonesia Tbk. hal ini disebabkan oleh *earning per share* yaitu 766,95 dan *dividend per share* yaitu 766,00. Kebijakan Dividen memiliki nilai *mean* 0,4263. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan membagikan dividen sebesar 42,63% dari laba yang diperoleh oleh perusahaan.

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel komisaris independen memiliki nilai minimum 0,17 atau 17% dan nilai maksimum sebesar 0,80 atau dengan nilai *mean* komisaris independen 0,4549 atau 45,49%, yang artinya komisaris independen sudah melebihi 30%, sebagaimana menurut Dewi dan Nugrahanti (2014) perusahaan yang tercatat di BEI (Bursa Efek Indonesia) wajib memiliki komisaris independen dengan ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari jumlah seluruh anggota komisaris.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa komisaris independen memiliki nilai minimum 0,40 atau 40% dan nilai maksimum sebesar 0,85 atau 85% dengan nilai *mean* kepemilikan institusional sebesar 0,6011 atau 60,11%. Menurut Kurniawati, et. al (2015) apabila kepemilikan institusional naik, kebijakan dividen belum tentu mengalami kenaikan juga. Nilai minimum dewan direksi adalah sebesar 5,00 dan nilai maksimum 11,00 serta nilai

mean dewan direksi berjumlah 8. Menurut Roy (2015) salah satu hal dalam teori *agency* yaitu dewan direksi harus melaksanakan tugas dari pemilik perusahaan dan dapat meningkatkan kekayaan pemilik, diantaranya melalui pendistribusian dividen.

Komite audit memiliki nilai minimum sebesar 3,00 dan nilai maksimum 8,00 serta nilai *mean* komite audit sebanyak 3. Sesuai dengan POJK Nomor 55/POJK.04/2015 yang menyatakan bahwa komite audit paling sedikit terdiri dari 3 (tiga) orang anggota, yang artinya pada penelitian ini sudah memenuhi ketentuan untuk pelaksanaan *Corporate Governance*.

Hasil Pengujian

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression Residual	,662	4	,166	4,578	,003(a)
Total	2,279	63	,036		
	2,941	67			

a. Predictors: (Constant), KAU, KI, KOI, DDRK

b. Dependent Variable: KD

Sumber: Data Olahan SPSS15

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat dilihat ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu kepemilikan institusional, komisaris independen, dewan direksi, dan komite audit terhadap variabel dependen kebijakan dividen. Pengujian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$. Tabel 4.6 menunjukkan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, yang artinya bahwa model regresi layak digunakan untuk menjelaskan variabel dependen kebijakan dividen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Komisaris Independen terhadap Kebijakan Dividen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel komisaris independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel kebijakan dividen, dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis pertama. Hasil ini dapat disebabkan oleh ketidak efektifannya peran komisaris independen di dalam peningkatan kinerja perusahaan. Selain itu juga masih dominannya peran saham mayoritas dalam menentukan keputusan pembagian dividen sehingga pertimbangan yang diajukan oleh komisaris independen kurang dipertimbangkan.

Berdasarkan POJK Nomor 55/POJK.04/2015 tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap kebijakan dividen kemungkinan juga disebabkan karena masih lemahnya praktik *corporate governance* yang baik di perusahaan- perusahaan Indonesia termasuk perusahaan LQ

45. Kelemahan tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan akan pentingnya *corporate governance* dalam perusahaan. Semakin tinggi proporsi komisaris independen diharapkan dapat meningkatkan independensi perusahaan.

Di Indonesia masih banyak perusahaan yang belum menerapkan *corporate governance* dengan baik meskipun ada sebagian yang telah menerapkan seperti perusahaan besar dan perusahaan milik negara serta perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hasil uji hipotesis pertama ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suyanti dan Kurnia (2016) yang menyatakan bahwa komisaris independen tidak berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Artinya, kurangnya proporsi komisaris independen sehingga tidak dapat meningkatkan independensi perusahaan. Berdasarkan POJK Nomor 33/POJK.04/2014 dalam hal Dewan Komisaris terdiri lebih dari 2 (dua) orang anggota Dewan Komisaris, jumlah Komisaris Independen wajib paling kurang 30% (tiga puluh persen) dari jumlah seluruh anggota Dewan Komisaris.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Kebijakan Dividen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan institusional secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel kebijakan dividen. Hubungan positif antara kepemilikan institusional dengan kebijakan dividen menunjukkan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan saham yang dimiliki institusi dalam perusahaan akan diikuti dengan semakin besarnya dividen yang dibagikan kepada para pemegang saham dan demikian sebaliknya, semakin kecil persentase kepemilikan institusional suatu perusahaan maka kecenderungan akan pembayaran dividen juga akan semakin kecil.

Hasil hipotesis kedua juga disebabkan oleh tingginya tingkat kepemilikan saham institusional yang terdapat di dalam perusahaan LQ45. Tingginya kepemilikan institusional menandakan bahwa perusahaan LQ45 mempunyai jumlah saham yang cukup besar yang dimiliki oleh institusi, dengan tingginya jumlah saham institusi akan berdampak pada tingginya pengawasan yang dilakukan investor institusi terhadap manajemen perusahaan (Aulia, 2015). Hal tersebut dapat meningkatkan kinerja manajemen dalam memperoleh laba.

Teori Jensen dan Meckling (1976) mendukung dalam hal ini, yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Dengan banyaknya investor institusional maka akan semakin baik juga tingkat monitoring perusahaan sehingga masalah keagenan yang terjadi dapat dikurangi.

Kepemilikan manajemen yang dapat mengawasi secara efektif aktivitas perusahaan, keberadaan kepemilikan institusional juga dianggap mampu menjadi mekanisme pengawasan terhadap setiap keputusan yang diambil oleh pihak manajemen. Kepemilikan institusional memiliki arti

penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal (Sukirni, 2012).

Monitoring tersebut tentunya akan menjamin kemakmuran untuk pemegang saham, pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Hasil uji hipotesis kedua ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2012) dan Abor and Fiador (2013) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap kebijakan dividen. Artinya kepemilikan institusional merupakan faktor yang dapat menentukan besar kecilnya pembayaran dividen.

Pengaruh Dewan Direksi terhadap Kebijakan Dividen

Hipotesis ketiga untuk mengetahui pengaruh dewan direksi terhadap kebijakan dividen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel dewan komisaris secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel kebijakan dividen, dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis ketiga.

Hasil uji hipotesis ketiga ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, penelitian sebelumnya menemukan bahwa variabel dewan direksi berpengaruh terhadap kebijakan dividen. Variabel dewan direksi dapat ditentukan dengan melihat jumlah anggota dewan direksi dalam suatu perusahaan (Hinuri, 2002), dengan tidak berpengaruhnya dewan direksi terhadap kebijakan dividen dapat disebabkan oleh kurangnya koordinasi dan tanggungjawab secara kolektif dalam mengelola perusahaan. Ukuran dewan direksi yang terlalu besar juga akan menyebabkan timbulnya permasalahan agensi.

Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG, 2006) yang menyatakan bahwa tugas seorang direksi dalam suatu perusahaan yaitu menentukan kebijakan yang akan diambil serta menyusun strategi perusahaan tersebut secara jangka pendek maupun jangka panjang, seorang direksi juga harus mengontrol serta memastikan bahwa perusahaan tersebut sudah menjalankan kewajiban dan ketentuan yang telah ditetapkan dan diatur dalam undang-undang yang berlaku.

Pengaruh Komite Audit terhadap Kebijakan Dividen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel komite audit tidak berpengaruh terhadap variabel kebijakan dividen, dengan demikian hasil penelitian ini tidak mendukung hipotesis keempat. Hubungan negatif antara komite audit dengan kebijakan dividen menunjukkan bahwa besar kecilnya jumlah keanggotaan komite audit tidak berdampak langsung terhadap jumlah pembagian dividen yang diberikan kepada pemegang saham.

Berdasarkan POJK Nomor 55/POJK.04/2015 yang menyatakan bahwa komite audit paling sedikit terdiri dari 3 (tiga) orang anggota, dalam hal ini jumlah komite audit dapat menyebabkan hubungan negatif antara komite audit terhadap kebijakan dividen. Pembentukan komite audit dalam perusahaan sampel hanya berdasarkan pemenuhan kewajiban terhadap peraturan yang

berlaku dan hanya untuk memenuhi regulasi serta menghindari sanksi saja, tetapi tidak dimaksudkan untuk menegakkan *good corporate governance* di dalam perusahaan (Kumalasari dan Widyawati (2017).

Hal lain yang dapat menyebabkan hubungan negatif adalah kurangnya dalam menjalankan tugas dan fungsi sebagai komite audit, komite audit dibentuk agar dapat membantu dewan komisaris dalam menjalankan kegiatan pengawasan. Tugas dan fungsi komite audit melakukan pemantauan hasil audit perusahaan, melakukan penelaahan atas informasi keuangan, dan memberikan saran kepada dewan komisaris terkait dengan adanya potensi benturan kepentingan perusahaan. Sehingga komite audit tidak memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan intern perusahaan dalam pembagian dividen.

Komite audit diharapkan dapat mengurangi konflik agensi sehingga laporan yang disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dapat dipercaya sehingga dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis pengujian data dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya. Hipotesis yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap kebijakan dividen diterima dan signifikan. Artinya adalah semakin banyak kepemilikan institusional suatu perusahaan maka akan semakin besar proporsi dividen kepada para pemegang saham. Sedangkan komisaris independen, dewan direksi, dan komite audit menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap kebijakan dividen.

Saran

Berdasarkan dari hasil simpulan yang diperoleh, maka beberapa saran yang diberikan peneliti bagi pihak yang berkepentingan yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagi investor yang menyukai dividen, bila akan melakukan investasi di pasar modal pada kelompok LQ 45 sebaiknya memperhatikan variabel kepemilikan institusional, karena variabel tersebut merupakan faktor yang dapat meningkatkan pembayaran dividen. Semakin tinggi jumlah kepemilikan institusional, maka akan meningkatkan pembayaran dividen yang akan diterima oleh pemegang saham.
- 2) Bagi perusahaan, sebaiknya perusahaan dapat meningkatkan praktik corporate governance. Menurut teori keagenan yang dikemukakan Jensen dan Meckling peningkatan praktik corporate governance dapat menyejajarkan kepentingan antara pemegang saham dan manajemen sehingga dapat mengurangi agency cost perusahaan.

- 3) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk memperpanjang periode penelitian, sehingga jumlah sampel yang didapat lebih banyak dan mampu menghasilkan penelitian yang lebih baik. Selain itu pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kebijakan dividen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abor, Joshua dan Vera Fiador. 2013. Does Good Corporate Governance Explain Dividend Policy in Sub-Saharan Africa? *International Journal of Law and Management*. Vol. 55, No. 3.
- Agus, Widarjono. 2013. *Ekonometrika: Pengantar dan aplikasinya*, Ekonosia, Jakarta.
- Ahmad, Afidian Wirahadi dan Septriani Yossi. 2008. Konflik Keagenan: Tinjauan Teoritis dan Cara Mengatasinya. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vo. 3. No. 2. ISSN 1858-3687. Hal 47-55
- Al Shabibi dan Ramesh. 2011. "An Empirical Study on the Determinants of Dividend Policy in the UK ." *International Research Journal of Finance and Economics*, Issue 80.
- Arifin, 2005. Peran Akuntan Dalam Menegakkan Prinsip Good Corporate Governance Pada Perusahaan Di Indonesia (Tinjauan Perspektif Teori Keagenan. Sidang Senat Guru Besar Universitas Diponegoro Dalam Rangka Pengusulan Jabatan Guru Besar.
- Aulia, Muhammad Iqbal. 2015. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kebijakan Dividen Dengan Kinerja Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan LQ 45 Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSOED*. Vol 5. No. 1.
- BAPEPAM. 2004. Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal No. KEP 29/PM/2004 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit.
- Brigham, Eugene. F. dan Gapenski. 1996. *Intermediate Financial Management*. Fifth Edition. Dryden. Terjemahan J.F. Houston. 2001. *Manajemen keuangan*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta
- Brigham, Eugene. F. dan J. F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Edisi Bahasa Indonesia. Erlangga. Jakarta.

- Byoun, Soku, Kiyoun Chang, Young Sang Kim. 2011. "Does Corporate Board Diversity Affect Corporate Payout Policy?" Social Science Research Network
- Damayanti, Istriana. 2006, "Analisis Free Cash Flow dan Struktur Kepemilikan Saham terhadap Kebijakan Hutang pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia". Jurnal Universitas Islam Indonesia. Vol 6.No. 1.
- Dewi, Laurensia Chintia. dan Nugrahanti, Yeterina Widi. 2014." Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Dewan Komisaris Independen terhadap Nilai Perusahaan". Kinerja, Volume 18, No.1, Th. 2014: Hal. 64-80.
- Forum for Corporate in Indonesia. 2001. www.fcgi.or.id
- Lintner, J.1956. Distribution of incomes of corporations among dividends retained earnings and taxes. American Economic Review. p. 97-113
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS
21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, Mamduh. 2004. Manajemen Keuangan. Yogyakarta. BPFE.
- Hanum, Zulia. 2012. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Modal Kerja Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Jurnal Manajemen & Bisnis ISSN: 1693-7619, Vol. 11 No. 2.
- Hapsari, Azizah Hervina. 2015. Pengaruh Kepemilikan Saham Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. Skripsi. FE. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hermuningsih, Sri dan Dewi Kusuma Wardani. 2009. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Malaysia dan Bursa Efek Jakarta. Jurnal Siasat Bisnis Vol. 13 No. 2, Agustus 2009
Hal: 173–183. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.
- Hinuri, Hindarmojo. 2002. The Essence of Good Corporate Governance "Konsep dan Implementasi Perusahaan Publik dan Korporasi Indonesia". Jakarta : Yayasan Pendidikan Pasar Modal Indonesia & Sinergy Communication.

Jensen, Michael C., William H. Meckling, 1976. "Theory of The Firm : Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure". The Journal of Financial Economics, Vol. 3. 305-306.

KNKG.2006. Pedoman Umum Good Corporate Governace Indonesia.

Kumalasari, Andini dan Widyawati, Dini. 2017. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kebijakan Dividen. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi.. ISSN : 2460-0585. Vol. 6 No. 6

PENGARUH MODAL PSIKOLOGIS DAN SPIRITUALITAS DI TEMPAT KERJA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN DENGAN SIKAP KERJA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh :

Muhammad Marzuki Khasan¹

Ribhan²

Dina Safitri³

(Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung)¹

(Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung)²⁻³

mmarzuki.khasan@students.unila.ac.id

ribhan1968@.co.id

dina.safitri@feb.unila.ac.id

ABSTRAK

Prestasi kerja merupakan suatu penilaian yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk menilai sumber daya manusia dalam suatu perusahaan. Manusia merupakan sumber daya yang paling menentukan dalam mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Sumber daya manusia dalam perusahaan (karyawan) memiliki peranan vital dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan. Prestasi kerja karyawan menjadi salah satu hal yang mendorong keberhasilan perusahaan dalam mencapai suatu tujuan. Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi tingkat prestasi kerja. Sesuai dengan uraian tersebut diduga terdapat tiga faktor yang mempengaruhi yaitu modal psikologis, spiritualitas di tempat kerja dan sikap kerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara modal psikologis, spiritualitas di tempat kerja, prestasi kerja karyawan dan sikap kerja, serta peranannya dalam memediasi pengaruh modal psikologis dan spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan dianalisis menggunakan structural equation modelling (SEM). Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari jawaban 180 responden karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hasil pengujian terdukung. Sikap kerja terbukti memediasi pengaruh modal psikologis dan spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan. Harapan menjadi dimensi yang memiliki pengaruh paling baik untuk variabel modal psikologis. Kehidupan batin menjadi dimensi yang memiliki pengaruh paling baik untuk variabel spiritualitas di tempat kerja. Sedangkan kepuasan kerja terbukti menjadi dimensi yang memiliki pengaruh paling baik untuk variabel sikap kerja. Karyawan dan perusahaan sebagai sebuah satu kesatuan dalam hubungan industrial harus selalu berupaya meningkatkan dan menjaga prestasi kerja, yaitu dengan mengelola dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Kata Kunci: Modal Psikologis, Spiritualitas di Tempat Kerja, Prestasi Kerja Karyawan, Sikap Kerja

THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND SPIRITUALITY AT WORK ON THE JOB PERFORMANCE WITH WORK ATTITUDE AS MEDIATING VARIABLE

By :

Muhammad Marzuki Khasan¹

Ribhan²

Dina Safitri³

(Alumni of the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)¹
(Lecturer at the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)^{2,3}

mmarzuki.khasan@students.unila.ac.id

ribhan1968@.co.id

dina.safitri@feb.unila.ac.id

ABSTRACT

Job performance is an assessment that serve as a benchmark to assess human resources in a company. Human is the most decisive resource in achieving the desired goals company. Human resources in the company (employees) have a vital role in efforts to achieve corporate goals. Employee achievement becomes one of the things that drive the success of the company in achieving a goal. There are various factors that can affect the level of job performance. In accordance with the description allegedly there are three factors that influence the psychological capital, spirituality at work and work attitude. This study aims to analyze the relationship between psychological capital, spirituality at work, job performance and work attitudes, as well as its role in mediating the influence of psychological capital and spirituality at work on job performance in 10 top Indonesian companies in 2014 by Fortune Indonesia Magazine.

This research was conducted by using descriptive quantitative method and analyzed by using structural equation modeling (SEM). The data used in this study used primary data obtained from the answers of 180 employees respondents who worked in 10 Indonesian top companies 2014 by Fortune Indonesia Magazine.

The findings of this study indicate that all the test results are supported. Work attitude is proven to mediate the influence of psychological capital and spirituality at work on job performance. Hope into dimensions that have the best influence for psychological capital variables. The inner life becomes the dimension that has the best influence for the spiritual at work. While job satisfaction proved to be the dimension that has the best influence for work attitude variable. Employees and companies as a single entity in industrial relations must always strive to improve and maintain job performance, namely by managing and taking into account the factors that influence it.

Keywords: Psychological Capital, Spirituality at Work, Job Performance, Work Attitude

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sumber daya manusia merupakan salah satu modal yang dimiliki perusahaan untuk mencapai tujuan dalam sebuah organisasi. Setiap organisasi yang ingin berhasil dan sukses selalu berupaya mengatur dan mengelola sumber daya manusia yang dimilikinya dengan baik dan tepat. Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat (Hasibuan, 2012). Tujuan penerapan manajemen sumber daya manusia dalam perusahaan merupakan upaya peningkatan efektivitas dan efisiensi sumber daya manusia dalam melaksanakan pekerjaannya.

Setiap orang yang melakukan suatu pekerjaan memiliki motivasi yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya, misalnya ada yang membutuhkan pengakuan, uang, penghargaan dan ada yang memerlukan tempat untuk bersosialisasi (Sufya, 2015). Salah satu contoh perbedaan motivasi tersebut adalah komitmen seorang karyawan yang kompeten dalam perusahaan, ia akan tetap bertahan dalam perusahaan dan menolak tawaran pekerjaan lain meskipun gaji dan fasilitas yang diberikan jauh lebih baik. Motivasi seseorang dalam bekerja berkaitan dengan konteks sosial dan psikologis seseorang dalam pekerjaan. Psikologis merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap diri individu secara langsung. Psikologis menjadi sebuah modal bagi seorang individu dalam menjalankan berbagai kegiatan dalam kehidupannya. Modal psikologis (psychological capital atau yang disingkat dengan PsyCap) merupakan salah satu faktor internal yang terdapat dalam diri karyawan.

Luthans, et al. (2007a) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan modal psikologis adalah suatu kondisi psikologis tertentu yang bersifat positif pada suatu individu yang dicirikan dengan empat karakteristik, yaitu: pertama, memiliki kepercayaan diri dalam melakukan tindakan yang perlu untuk mencapai sukses dalam tugas-tugas yang menantang. Kedua, memiliki atribusi yang positif akan kesuksesan sekarang dan di masa depan. Ketiga, berusaha keras untuk mencapai tujuan, dan jika dibutuhkan individu tersebut akan mengarahkan pergerakannya kearah tujuan dan harapan tersebut agar dapat mencapai kesuksesan. Keempat, individu tersebut akan mampu bertahan dan berusaha lebih baik lagi agar dapat mencapai kesuksesan ketika dirinya mendapatkan masalah.

Setiap organisasi perlu beradaptasi dengan pengembangan modal psikologis untuk menjadikan organisasi lebih unik dan spesifik, hal ini perlu dilakukan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Luthans dan Youssef, 2004 dalam Sufya, 2015). Contoh pentingnya pengembangan modal psikologis dalam perusahaan adalah kepercayaan diri karyawan baru yang belum tentu maksimal dengan pekerjaan baru mereka, hal ini mengharuskan usaha dari individu untuk proaktif pada diri mereka sendiri, manajer dan rekan-rekan kerja untuk meningkatkan kepercayaan diri individu tersebut dalam pekerjaan barunya. Menurut Luthans, et al. (2007b)

keunggulan kompetitif yang harus dimiliki oleh organisasi diperoleh melalui investasi, memanfaatkan, mengembangkan dan mengelola modal psikologis.

Modal psikologis yang baik dari setiap individu akan memberikan hasil yang relevan dengan tugas yang diberikan kepadanya. Menurut Azmoodeh dan Dizgah (2015) modal psikologis dengan komponennya berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Nafei (2015) menyatakan bahwa modal psikologis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan kinerja karyawan, modal psikologis juga berpengaruh secara positif terhadap prestasi kerja karyawan yang dimediasi oleh variabel sikap kerja (Kappagoda et al., 2014b). Hal lain menyebutkan bahwa modal psikologis berkorelasi positif dengan evaluasi kinerja karyawan yang dilakukan oleh manajer dalam dua studi lapangan yang berbeda (Avey dan Nimnicht, 2009). Frederikson (2001) mengungkapkan bahwa tingkat kepositifan (optimisme) yang tinggi pada karyawan akan berkontribusi dalam mempertahankan tingkatan motivasi dan kinerja individu yang lebih tinggi. Kondisi iklim psikologis yang baik di tempat kerja membentuk modal psikologis yang kuat pada diri individu, salah satu jenis iklim psikologis adalah spiritualitas di tempat kerja (Duchon dan Plowman, 2005 dalam Yogatama dan Widyarini, 2015).

Spiritualitas di tempat kerja merupakan salah satu hal yang menjadi perhatian perusahaan dalam sistem manajerial era modernisme. Spiritualitas di tempat kerja merupakan topik baru dalam psikologi keorganisasian yang berkaitan dengan konstruk yang menunjukkan peningkatan kualitas kinerja (Yogatama dan Widyarini, 2015). Penelitian mengenai spiritualitas di tempat kerja di Indonesia belum terlalu banyak ditemukan, sehingga menarik untuk dikembangkan dan dianalisis lebih mendalam. Spiritualitas di tempat kerja sebagai salah satu jenis iklim psikologis memiliki keserasian dan keterkaitan dengan modal psikologis yang dimiliki oleh seorang karyawan karena keduanya merupakan faktor internal yang berasal dari dalam diri individu, sehingga menarik untuk dilakukan penelitian secara bersama.

Merebaknya spiritualitas di tempat kerja dalam pekerjaan di Indonesia merupakan dampak dari perkembangannya di Barat (Mulawarman, 2008 dalam Nurtjahjanti, 2010). Menurut Marques, et al. (2005) dalam Nurtjahjanti (2010) terdapat berbagai alasan yang mendukung tumbuhnya ketertarikan perusahaan-perusahaan di Amerika dalam mengembangkan spiritualitas di tempat kerja, yaitu: pertama, semakin tingginya tingkat persaingan global yang menuntut kreativitas para karyawan dalam bekerja sehingga mengharuskan pemimpin suatu organisasi menyadari hal tersebut. Kedua, banyaknya karyawan yang merasa kehilangan semangat ketika berada di lingkungan kerja akibat terjadinya perampingan, perancangan ulang dan pemberhentian karyawan. Ketiga, bagi sebagian orang, tempat kerja merupakan sebuah komunitas utama dalam hidup mereka. Keempat, filosofi dan pemahaman ketimuran menjadi sebuah hal yang menarik untuk dipahami. Kelima, minat terhadap makna kehidupan kontemplatif perlu dikembangkan. Ashmos dan Duchon (2000) mengartikan spiritualitas di tempat kerja sebagai suatu pengenalan bahwa karyawan memiliki kehidupan batin yang mendukung dan memelihara diri serta dipelihara oleh pekerjaan yang bermakna yang berada dalam konteks sebuah komunitas. Harapan baru dengan adanya spiritualitas di tempat kerja adalah perbaikan moral, etika, nilai,

keaktivitas, produktivitas dan sikap kerja (Sufya, 2015). Spiritualitas di tempat kerja memiliki tiga unsur yang menjadi cirinya, yaitu nilai, keyakinan dan sikap atau emosi yang mempengaruhi seseorang (Moore, 2005 dalam Javanmard, 2012). Spiritualitas dalam pekerjaan akan memberikan dampak yang positif bagi karyawan dan perusahaan (Nurtjahjanti, 2010).

Spiritualitas di tempat kerja memiliki kontribusi yang nyata terhadap konstruk perilaku kerja yang dimiliki individu, yaitu menumbuhkan komitmen yang tinggi terhadap organisasi, memperkecil intensitas keluarnya individu dari pekerjaan, memunculkan keterlibatan yang lebih terhadap pekerjaan dan meningkatkan self- esteem dalam diri (Milliman et al., 2003 dalam Yogatama dan Widyarini, 2015). Pendapat Litzsey (2003) dalam Nurtjahjanti (2010) mengungkapkan bahwa pengintegrasian spiritualitas di tempat kerja akan membuat karyawan merasakan makna dan tujuan dalam hidupnya. Keuntungan yang didapatkan perusahaan ketika karyawan merasa utuh sebagai pribadi karena telah menemukan makna dan tujuan hidup mereka adalah dalam hal laba, moral yang tinggi serta penurunan tingkat absensi karyawan. Spiritualitas di tempat kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap prestasi kerja karyawan (Beheshtifar dan Zare, 2013). Dorongan spiritualitas di tempat kerja dapat bermanfaat di bidang kreativitas, peningkatan proses, layanan pelanggan, kejujuran dan kepercayaan, pemenuhan pribadi dan komitmen, yang pada akhirnya akan mengarah pada peningkatan kinerja organisasi (Krishnakumar et al., 2002 dalam Beheshtifar dan Zare, 2013).

Prestasi kerja merupakan suatu penilaian yang dijadikan sebagai tolak ukur untuk menilai sumber daya manusia dalam suatu perusahaan. Prestasi kerja sering diartikan sebagai sebuah hasil kerja atau kinerja dari seorang karyawan yang sukses dalam menjalankan tugas yang diberikan kepadanya, yaitu tugas yang terselesaikan secara individu, kelompok maupun organisasional. Kappagoda, et al. (2014a) mendefinisikan prestasi kerja sebagai hasil evaluasi dalam hal kemampuan sebagai individu yang melakukan tugas sesuai dengan ketentuan dalam deskripsi pekerjaan mereka. Thayib, et al. (2013) menyatakan bahwa prestasi kerja pengertiannya sama dengan kinerja atau performance. Menurut Gibson, et al. (2007) dalam Sinaga (2014) prestasi kerja adalah tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas, serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pencapaian prestasi kerja dapat dilihat dan diukur dari keberhasilan seorang karyawan dalam melaksanakan tugas pekerjaan yang diberikan kepadanya (Moorhead dan Griffin, 1999 dalam Kappagoda et al., 2014b).

Setiap perusahaan tentu akan selalu mengupayakan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan, yaitu salah satunya adalah profitabilitas. Prestasi kerja karyawan merupakan salah satu hal yang mendorong keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Bartlett dan Ghoshal (1995) dalam Simarmata, et al. (2017) menyatakan bahwa keberhasilan dari suatu organisasi tidak lepas dari prestasi kerja yang ditunjukkan oleh setiap individu yang ada di dalamnya. Prestasi kerja yang baik dapat disebabkan oleh berbagai hal yang mendukung, baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu faktor yang mendukung prestasi kerja karyawan dalam hubungan tidak langsung adalah sikap kerja dalam melaksanakan pekerjaannya (Kappagoda et al., 2014b).

Tingkah laku karyawan dalam suatu pekerjaan berkaitan erat dengan sikap kerja yang dimilikinya, sehingga hal ini menjadikan sikap kerja sebagai salah satu masalah yang penting dalam konteks psikologi sosial (Oktarisanto, 2005). Menurut Robbins dan Judge (2011) sikap adalah pernyataan evaluatif yang menguntungkan dan tidak menguntungkan tentang objek, orang, atau peristiwa. Sikap kerja adalah sikap umum individu terhadap pekerjaan dan organisasinya (Kappagoda et al., 2014b). Penelitian tentang sikap kerja dalam ilmu manajemen sumber daya manusia secara umum difokuskan pada tiga sikap, yaitu kepuasan kerja, keterlibatan kerja dan komitmen organisasional. Sikap kerja dalam sebuah organisasi dapat diukur menggunakan dua dimensi, yaitu kepuasan kerja dan komitmen organisasi (Kappagoda et al., 2014b).

Sikap kerja seorang karyawan yaitu kepuasan kerja dan komitmen terhadap organisasi memiliki pengaruh yang positif dengan modal psikologis yang terdapat pada diri individu (Cetin, 2011 dalam Nafei, 2015). Kappagoda, et al. (2014b) menjelaskan bahwa sikap kerja memiliki pengaruh yang positif dengan modal psikologis yang dimiliki oleh karyawan, dan terdapat efek mediasi parsial sikap kerja terhadap hubungan antara modal psikologis dan prestasi kerja karyawan. Sikap kerja memiliki hubungan positif yang kuat dengan spiritualitas di tempat kerja, ketika kondisi spiritualitas karyawan di tempat kerja baik akan menjadikan kondisi sikap kerja baik pula (Amalia dan Yunizar, 2014). Karyawan yang menemukan makna dalam pekerjaan mereka serta memiliki kehidupan batin yang kuat maka akan memiliki prestasi kerja yang tinggi, dan mendekati pekerjaan mereka dengan sikap positif (Javanmard, 2012). Sikap kerja berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan dalam perusahaan (Oktarisanto, 2005).

Pengaruh sikap kerja terhadap prestasi kerja karyawan dapat dilakukan dengan menjadikannya sebagai variabel mediasi (Kappagoda et al., 2014b). Munculnya sikap kerja yang lebih baik dari karyawan akan mengarahkan pada prestasi kerja yang semakin meningkat (Wei dan Chu, 2008). Karyawan merupakan unsur yang memiliki peranan penting dan berpengaruh terhadap kegiatan operasional perusahaan. Karyawan adalah penjual jasa (pikiran dan tenaganya) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu (Hasibuan, 2012). Penelitian ini dilakukan pada karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia, yaitu: PT Astra International Tbk, PT Unilever Indonesia Tbk, PT Bank Central Asia Tbk, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, PT Indofood Sukses Makmur Tbk, PT United Tractors Tbk, PT Kalbe Farma Tbk, dan PT Semen Indonesia (Persero) Tbk.

Perusahaan-perusahaan tersebut merupakan jajaran perusahaan terbaik di Indonesia dan menjadi peraih Fortune Indonesia's Most Admired Companies (FIMAC), yaitu sebuah riset kualitatif yang dilakukan oleh Majalah Fortune Indonesia dan Hay Group Indonesia kepada para eksekutif dan direktur dari berbagai perusahaan di Indonesia, serta analisis keuangan untuk menemukan reputasi paling baik. Riset tersebut dilakukan dengan mengevaluasi perusahaan yang menjadi kandidat berdasarkan sembilan kriteria penilaian, yaitu kualitas manajemen, kualitas produk jasa yang ditawarkan, inovasi, nilai investasi jangka panjang, posisi keuangan yang kuat, kemampuan

menarik dan mengembangkan karyawan berpotensi, tanggung jawab terhadap komunitas dan lingkungan, bijaksana dalam menggunakan aset perusahaan dan efektivitas dalam menjalankan bisnis secara regional. Majalah Fortune Indonesia merupakan salah satu majalah yang melakukan pemeringkatan jajaran perusahaan terbaik di Indonesia. Kriteria penilaian yang digunakan oleh Majalah Fortune Indonesia memiliki keunggulan dibandingkan dengan yang lain, yaitu kriteria penelitian yang digunakan memiliki jumlah dan acuan yang lebih banyak dan sesuai sasaran dibandingkan majalah lain yang juga melakukan pemeringkatan serupa. Jumlah dan ketepatan kriteria penilaian yang digunakan dalam pemeringkatan perusahaan terbaik oleh Majalah Fortune Indonesia menunjukkan kredibilitasnya dalam melakukan sebuah riset, sehingga digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Penelitian tentang pengaruh modal psikologis dan spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan menjadi sebuah penelitian baru yang dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam mengelola karyawan untuk mencapai tujuan organisasional perusahaan, dengan menguji pengaruh sikap kerja sebagai variabel mediasi serta penelitian yang dilakukan pada karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top di Indonesia diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi berbagai pihak. Penelitian ini mengadopsi penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Kappagoda, et al. (2014b) yaitu tentang pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan dengan pengujian sikap kerja sebagai variabel mediasi. Penambahan variabel bebas (independen) spiritualitas di tempat kerja dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat pengaruh variabel lain terhadap prestasi kerja karyawan dalam hubungan secara langsung maupun tidak langsung yang dimediasi oleh sikap kerja.

B. Rumusan Masalah

Modal psikologis merupakan konstruk penelitian baru yang dibentuk oleh Luthans et al. (2007). Kondisi psikologis seorang individu berbeda antara satu dengan yang lainnya. Modal psikologis yang baik dari seorang individu akan mempengaruhi kesuksesannya dalam melaksanakan pekerjaan, sehingga memiliki prestasi kerja yang meningkat (Kappagoda et al., 2014a). Modal psikologis yang dimiliki individu berkaitan erat dengan kondisi iklim psikologis yang ada di dalam pekerjaannya.

Salah satu jenis iklim psikologis adalah spiritualitas di tempat kerja (Duchon dan Plowman, 2005 dalam Yogatama dan Widyarini, 2015). Spiritualitas di tempat kerja merupakan topik baru dalam psikologi keorganisasian yang berkaitan dengan konstruk yang menunjukkan peningkatan kualitas kinerja (Yogatama dan Widyarini, 2015). Spiritualitas kerja menjadi perhatian bagi organisasi dalam era manajerial modernisme. Penelitian mengenai spiritualitas di tempat kerja di Indonesia belum terlalu banyak ditemukan. Menurut Beheshtifar dan Zare (2013) spiritualitas di tempat kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap prestasi kerja karyawan.

Prestasi kerja karyawan merupakan salah satu hal yang mendorong keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan. Keberhasilan dari suatu organisasi tidak lepas dari prestasi kerja yang ditunjukkan oleh setiap individu yang ada di dalamnya (Bartlett dan Ghoshal,

1995 dalam Simarmata et al., 2017). Menurut Oktarisanto (2005) sikap kerja dalam melaksanakan pekerjaan memiliki pengaruh yang positif terhadap prestasi kerja karyawan. Pengaruh sikap kerja terhadap prestasi kerja karyawan dapat dilakukan dengan menjadikannya sebagai variabel mediasi (Kappagoda et al., 2014b). Berdasarkan uraian diatas maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah modal psikologis berpengaruh terhadap sikap kerja?
2. Apakah spiritualitas di tempat kerja berpengaruh terhadap sikap kerja?
3. Apakah modal psikologis berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan?
4. Apakah spiritualitas di tempat kerja berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan?
5. Apakah sikap kerja berpengaruh terhadap prestasi kerja karyawan?
6. Apakah sikap kerja memediasi pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan?
7. Apakah sikap kerja memediasi pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan?

TINJAUAN PUSTAKA

A. Modal Psikologis

1. Pengertian modal psikologis

Menurut Luthans, et al. (2007a) yang dimaksud dengan modal psikologis adalah suatu kondisi psikologis tertentu yang bersifat positif pada suatu individu yang dicirikan dengan empat karakteristik, yaitu: pertama, memiliki kepercayaan diri dalam melakukan tindakan yang perlu untuk mencapai sukses dalam tugas-tugas yang menantang. Kedua, memiliki atribusi yang positif akan kesuksesan sekarang dan di masa depan. Ketiga, berusaha keras untuk mencapai tujuan, dan jika dibutuhkan individu tersebut akan mengarahkan pergerakannya kearah tujuan dan harapan tersebut agar dapat mencapai kesuksesan. Keempat, individu tersebut akan mampu bertahan dan berusaha lebih baik lagi agar dapat mencapai kesuksesan ketika dirinya mendapatkan masalah.

Osiwegh (1980) dalam Kappagoda, et al. (2014a) menyatakan bahwa modal psikologis adalah suatu pendekatan yang dicirikan dengan dimensi-dimensi yang bisa mengoptimalkan potensi yang dimiliki individu sehingga dapat meningkatkan prestasi kerja. Modal psikologis merupakan sebuah pendekatan baru yang dikembangkan untuk meningkatkan kemampuan kompetitif organisasi, dengan empat karakteristik yang terdapat dalam modal psikologis mampu memprediksikan performa dan kepuasan kerja dengan lebih baik dibandingkan dengan masing-masing karakteristik yang berdiri sendiri (Luthans et al., 2007a).

2. Dimensi modal psikologis

Luthans, et al. (2007a) membentuk konstruk modal psikologis dengan empat dimensi, yaitu:

a. Efikasi Diri

Efikasi diri pada modal psikologis dapat didefinisikan sebagai kepercayaan diri seseorang mengenai kemampuannya untuk memaksimalkan motivasi, pengetahuan dan tingkah laku

yang dibutuhkan untuk melakukan tugas yang spesifik secara sukses pada konteks yang dibutuhkan (Stajkovic dan Luthans, 1998 dalam Sufya, 2015). Efikasi diri merupakan keyakinan terhadap kemampuan diri dan sumber daya kognitif yang dimiliki, serta tindakan yang perlu diambil untuk berhasil menyelesaikan suatu tugas. Orang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi cenderung menetapkan target yang tinggi terhadap diri sendiri, senang menerima tantangan, memiliki motivasi diri yang kuat, serta membayar dengan usaha yang setimpal agar mencapai tujuan. Individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi tidak menunggu datangnya tantangan untuk dipenuhi, namun menetapkan tantangan tersendiri dengan meningkatkan target yang harus dicapai selanjutnya secara terus menerus (Sufya, 2015).

b. Harapan

Menurut Snyder (1991) dalam Kappagoda, et al. (2014b) harapan adalah keadaan psikologis positif yang didasarkan pada kesadaran yang saling mempengaruhi antara lain yaitu, *agency* (energi untuk mencapai tujuan) dan *path ways* (perencanaan untuk mencapai tujuan). Tingkat harapan pada manajer dan karyawan ditemukan berkorelasi secara positif dengan performa kerja, kepuasan kerja, kesenangan dalam bekerja dan komitmen organisasi (Luthans et al., 2007a).

c. Optimisme

Optimisme merupakan alasan dan atribusi yang digunakan seseorang dalam menjelaskan suatu kejadian, baik itu kejadian yang positif, negatif, yang terjadi di masa lampau, masa kini, ataupun di masa yang akan datang (Luthans et al., 2007b). Individu yang optimis percaya bahwa mereka memiliki peranan dalam mewujudkan pengalaman yang menyenangkan.

d. Resiliensi

Resiliensi adalah suatu fenomena yang terkarakteristik melalui suatu pola adaptasi yang positif terhadap kesulitan dan risiko yang signifikan (Masten dan Reed, 2002 dalam Sufya, 2015). Resiliensi merupakan kapasitas yang dimiliki seseorang untuk dapat bertahan dan bangkit kembali baik ketika menghadapi pengalaman yang positif maupun negatif. Resiliensi berperan dalam membantu individu untuk mampu bertahan tidak hanya ketika mengalami kesulitan, namun juga mendorong individu untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya hingga keluar dari titik kesetimbangan di saat menghadapi tantangan atau pengalaman yang positif. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi resiliensi dan saling berinteraksi, yaitu aset, faktor risiko dan nilai-nilai (Luthans et al., 2007b).

Dimensi-dimensi modal psikologis ini saling bersinergi atau berinteraksi satu sama lain. Orang yang percaya akan kemampuan yang ia miliki yakin bahwa ia mampu bertahan dan bangkit dari kegagalan serta percaya bahwa kegagalan yang ia hadapi hanya berlangsung sementara, sehingga dalam kehidupannya memiliki harapan dan arah yang tepat. Orang yang penuh harapan mengenai masa depan dan memiliki keterarahan dalam mencapai tujuan akan lebih termotivasi dan lebih berusaha dalam mengatasi masalah sehingga lebih resilien. Orang yang resilien akan terus berusaha untuk bangkit dari kegagalan sehingga lebih optimis.

B. Spiritualitas di Tempat Kerja

1. Pengertian spiritualitas di tempat kerja

Spiritualitas adalah pembawaan lahir dan bersama mencari makna transeden dalam kehidupan seseorang (Ashar dan Maher, 2004 dalam Sufya, 2015). Spiritualitas merupakan hal baru yang menjadi perhatian dalam dunia kerja. Ashmos dan Duchon (2000) mengartikan spiritualitas di tempat kerja sebagai suatu pengenalan bahwa karyawan memiliki kehidupan batin yang mendukung dan memelihara diri serta dipelihara oleh pekerjaan yang bermakna yang berada dalam konteks sebuah komunitas. Spiritualitas dalam pekerjaan didefinisikan sebagai kerangka kerja dari nilai-nilai budaya organisasi yang mendorong pengalaman transenden para karyawan melalui proses bekerja, memfasilitasi perasaan terhubung mereka dengan orang lain sekaligus memberikan mereka perasaan lengkap dan bahagia (Giacalone dan Jurkiewicz, 2003). Marques, et al. (2007) dalam Sufya (2015) mendefinisikan spiritualitas di tempat kerja sebagai pengalaman yang ditimbulkan oleh makna yang melekat dalam pekerjaan sehingga menghasilkan motivasi yang lebih besar dan kesuksesan organisasi.

2. Dimensi spiritualitas di tempat kerja

Menurut Ashmos dan Duchon (2000) spiritualitas di tempat kerja memiliki tiga dimensi, yaitu :

a. Kehidupan batin

Duchon dan Plowman (2005) dalam Sufya (2015) mengemukakan bahwa orang-orang membawa seluruh diri mereka untuk bekerja dan semakin terlihat seluruh diri mereka termasuk diri spiritual. Kehidupan batin berhubungan dengan identitas individual atau teori konsep diri dan juga identitas sosial yang terjadi dalam keanggotaan kelompok (unit kerja atau organisasi).

b. Makna dan tujuan dalam bekerja

Menurut Ashmos dan Duchon (2000) mata pencaharian dan hidup merupakan hal yang menyatu dengan sumber yang sama yaitu spirit. Hidup maupun pekerjaan yang menyangkut kehidupan dengan makna, tujuan, kedamaian dan perasaan memiliki kontribusi terhadap komunitas yang lebih luas (Sufya, 2015). Spiritualitas di tempat kerja merupakan keselarasan dalam hidup dan pekerjaan dapat berjalan bersama. Makna dan tujuan bekerja adalah tentang tugas-tugas kognitif bermakna. Hal ini juga tentang pekerjaan yang menciptakan rasa sukacita, yang menghubungkan pekerja yang lebih besar baik dan hal-hal yang dilihat oleh para pekerja sebagai hal penting dalam kehidupan (Giacalone & Jurkiewicz, 2003).

c. Rasa terhubung dengan komunitas

Rasa terhubung dengan komunitas khususnya dalam sebuah pekerjaan dapat menjadi sebuah hal yang baik untuk membangun spiritualitas di tempat kerja. Hal ini berkaitan erat dengan bagaimana seorang individu merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup dan berdiri sendiri serta membutuhkan orang lain. Rasa terhubung dengan komunitas dapat menjadikan seorang individu lebih percaya diri dan kuat dalam mencapai keberhasilan, dalam komunitas ini lah seorang individu satu dengan lainnya membentuk sebuah kesatuan dengan tujuan yang sama sehingga terbentuklah semangat solidaritas. Perasaan terhubung dengan komunitas merupakan hal yang penting selain

mengekspresikan kebutuhan-kebutuhan batin dengan mencari pekerjaan yang bermakna, dengan adanya rasa terhubung dengan komunitas menjadikan individu merasa terhubung dengan orang lain yang ada disekitar pekerjaannya (Sufya, 2015).

C. Prestasi Kerja

1. Pengertian prestasi kerja

Kappagoda, et al. (2014a) mendefinisikan prestasi kerja sebagai hasil evaluasi dalam hal kemampuan sebagai individu yang melakukan tugas sesuai dengan ketentuan dalam deskripsi pekerjaan mereka. Menurut Moorhead dan Griffin (1999) dalam Kappagoda, et al. (2014b) prestasi kerja adalah keseluruhan total dari pengaturan kerja yang berkaitan dengan perilaku organisasi yang diharapkan dari apa yang ditampilkan oleh individu-individu. Menurut Gibson, et al. (2007) dalam Sinaga (2014) prestasi kerja adalah tingkat keberhasilan dalam melaksanakan tugas, serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Dimensi prestasi kerja

Mangkunegara (2009) menjelaskan bahwa prestasi kerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Borman dan Motowidlo (1993) mengidentifikasi dua tipe perilaku karyawan yang penting untuk keefektifan organisasi dan menjadi dimensi penilaian prestasi kerja, yaitu:

a. Kinerja tugas

Borman dan Motowidlo (1993) mendefinisikan kinerja tugas sebagai suatu perilaku yang langsung berhubungan dengan memproduksi barang ataupun jasa, atau aktivitas yang menyediakan dukungan secara tidak langsung untuk proses teknik inti organisasi. Perilaku ini secara langsung berhubungan dengan sistem reward yang ada di dalam organisasi.

b. Kinerja kontekstual

Kinerja kontekstual merupakan upaya individu yang tidak berhubungan langsung dengan fungsi tugas utama, akan tetapi perilaku ini sangat penting karena membentuk konteks organisasi, sosial dan psikologis berperan sebagai katalis penting untuk setiap aktivitas dan proses kerja (Werner,2000). Menurut Van Scotter dan Motowidlo (1996) dalam Simarmata, et al. (2017) kinerja kontekstual memiliki dua aspek yaitu fasilitas interpersonal dan dedikasi kerja. Fasilitas interpersonal mencakup: kooperatif, penuh perhatian terhadap orang lain, dan membantu orang lain. Dedikasi kerja mencakup disiplin diri, termotivasi, pekerja keras, mengambil inisiatif, mengikuti aturan untuk mendukung tujuan organisasi.

3. Tujuan dan kegunaan penilaian prestasi kerja

Menurut Hasibuan (2012) tujuan dan kegunaan penilaian prestasi kerja karyawan adalah sebagai berikut:

- a. Digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang digunakan untuk promosi, demosi, pemberhentian dan penetapan besarnya balas jasa.

- b. Digunakan untuk mengukur prestasi kerja yaitu sejauh mana karyawan sukses dalam pekerjaannya.
- c. Digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi efektivitas seluruh kegiatan di dalam perusahaan.
- d. Digunakan sebagai dasar untuk mengevaluasi program latihan dan keefektifan jadwal kerja, metode kerja, struktur organisasi, gaya pengawasan, kondisi kerja dan peralatan kerja.
- e. Digunakan sebagai alat untuk mendorong atau membiasakan para atasan untuk mengobservasi perilaku bawahan supaya diketahui minat dan kebutuhan- kebutuhan bawahannya.
- f. Digunakan sebagai alat untuk melihat kekurangan atau kelemahan- kelemahan di masa lampau dan meningkatkan kemampuan karyawan selanjutnya.
- g. Digunakan sebagai kriteria di dalam menentukan seleksi dan penempatan karyawan.

D. Sikap Kerja

1. Pengertian sikap kerja

Menurut Robbins (2011) sikap adalah pernyataan evaluatif baik yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan terhadap objek, individu atau peristiwa. Hal ini mencerminkan bagaimana perasaan seseorang tentang sesuatu. Sikap kerja adalah sikap umum individu terhadap pekerjaan dan organisasinya (Kappagoda et al., 2014b). Carpeter, et al. (2009) mendefinisikan sikap kerja sebagai perasaan yang kita miliki terhadap berbagai aspek dari lingkungan kerja. Sikap kerja adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk merespons secara konsisten terhadap sikap yang menyenangkan dan tidak menyenangkan dengan rasa menghargai kepada suatu objek tertentu (Kreitner dan Kinicki, 2008 dalam Subakti, 2013).

George dan Jones (2005) berpendapat bahwa sikap kerja adalah kumpulan perasaan, kepercayaan dan pemikiran tentang cara berperilaku yang dipegang oleh seseorang tentang pekerjaan dan organisasinya. Sikap kerja adalah tindakan yang akan diambil karyawan dan segala sesuatu yang harus dilakukan karyawan tersebut yang hasilnya sebanding dengan usaha yang dilakukan. Sikap kerja dapat dijadikan dimensi dalam sebuah pekerjaan dapat berjalan lancar atau tidak, masalah antar karyawan ataupun atasan dapat mengakibatkan terbaikannya sikap kerja (Osada, 2000 dalam Amato, 2011).

2. Dimensi sikap kerja

Nafei (2015) menyatakan bahwa sikap karyawan yang berkaitan dengan pekerjaan memiliki dua dimensi, yaitu kepuasan kerja dan komitmen organisasi. Menurut Kappagoda, et al. (2014b) dimensi sikap kerja terdiri dari dua, yaitu:

a. Kepuasan kerja

Kepuasan kerja merupakan salah satu sikap penting yang mempengaruhi perilaku manusia di tempat kerja. Kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau positif yang dihasilkan dari penilaian pengalaman kerja atau pekerjaan seseorang (Hettiararchchi dan Jayarathna, 2014). Seseorang yang memiliki tingkat kepuasan

kerja yang tinggi memiliki sikap positif terhadap pekerjaan; seseorang yang tidak puas dengan pekerjaannya memiliki sikap negatif tentang pekerjaan itu (Robbins, 2011).

Judge dan Bono (2001) dalam Nafei (2015) menyatakan bahwa kepuasan kerja memiliki dua sub dimensi, yaitu kepuasan internal dan kepuasan eksternal. Kepuasan internal terdiri dari kesempatan untuk menunjukkan kemampuan, rasa pencapaian yang diperoleh dari pekerjaan, nilai etika kerja, dan kesempatan untuk memberikan layanan. Kepuasan eksternal terdiri dari jenis pekerjaan, gaji, saluran yang tidak terhalang untuk promosi, lingkungan kerja dan peralatan. Kepuasan kerja dapat diukur dari sisi kepuasan dengan gaji, promosi, rekan kerja, supervisi dan kerja atau penilaian kepuasan secara keseluruhan.

b. Komitmen organisasi

Menurut Newrom dan Davis (1997) dalam Hettiararchchi dan Jayarathna (2014) komitmen organisasi adalah sejauh mana seorang karyawan mengidentifikasi dengan organisasi dan ingin melanjutkan partisipasi aktif di dalamnya. Komitmen organisasi merupakan hal yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur kemauan bertahan seorang karyawan dalam perusahaan di masa depan. Hal ini sering mencerminkan kepercayaan karyawan terhadap misi dan tujuan perusahaan, kemauan untuk mengeluarkan usaha dalam pencapaian mereka, dan niat untuk terus bekerja dalam organisasi.

Komitmen memiliki tiga bentuk, yaitu komitmen afektif, komitmen berkelanjutan dan komitmen normatif. Komitmen afektif pada dasarnya menyangkut keterikatan emosional seseorang terhadap organisasinya. Komitmen berkelanjutan adalah persepsi seseorang tentang biaya dan risiko yang terkait dengan meninggalkan organisasi mereka saat ini. Komitmen normatif adalah dimensi moral, berdasarkan pada seseorang yang merasa memiliki kewajiban dan tanggung jawab terhadap organisasi mereka (Allen dan Meyer, 1990). Komitmen afektif dianggap sebagai bentuk yang paling konsisten menggambarkan konsep dan definisi operasional sikap (Kappagoda, et al. 2014b). Hal tersebut didukung oleh pendapat Nafei (2015) dalam penelitiannya tentang modal psikologis, sikap dan kinerja karyawan.

Komitmen organisasi merupakan keterikatan psikologis karyawan dengan organisasinya. Orang yang memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi menganggap bahwa dirinya merupakan bagian dari organisasi tersebut, sehingga setiap hal yang dilakukannya akan memiliki dampak terhadap kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Komitmen yang rendah pada diri seseorang akan menjadikannya merasa menjadi orang luar (Reichheld, 1993).

Komitmen organisasi mencerminkan identifikasi psikologis karyawan dan keterlibatannya dalam organisasi dan manifestasi dalam aspek penerimaan karyawan dari tujuan dan nilai organisasi (Mayer and Schoon, 1992 dalam Nafei, 2015). Seorang karyawan yang memiliki komitmen terhadap sebuah organisasi memiliki berbagai alasan, seperti kecocokan visi, misi, nilai dan tujuan perusahaan dengan yang diinginkannya. Alasan lain dari komitmen seorang karyawan adalah rasa tanggung jawab dan kekhawatiran akan kehilangan relasi dengan jaringan sosial yang luas (Nafei, 2015).

E. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1.	Kappagoda, et al. (2014)	<i>Psychological Capital and Job Performance: The Mediating Role of Work Attitudes</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara modal psikologis dan prestasi kerja, modal psikologis dan sikap kerja, sikap kerja dan prestasi kerja. Sikap kerja ditemukan memediasi
2.	Beheshtifar dan Zare (2013)	<i>Effect of Spirituality in workplace on Job Performance</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dorongan spiritualitas di tempat kerja dapat menyebabkan manfaat di bidang kreativitas, perbaikan proses, layanan pelanggan, kejujuran dan kepercayaan, pemenuhan pribadi dan komitmen, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja organisasi.
3.	Petchsawanga dan Duchon (2012)	<i>Workplace Spirituality, Meditation, and Work Performance</i>	Hasil dari penelitian ini membuat kontribusi penting untuk mempelajari spiritualitas di tempat kerja karena memberikan bukti empiris hubungan positif yang signifikan antara

Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
4.	Ikhtiangung dan Pratiwi (2016)	Pengaruh Karakteristik Pekerjaan dan Modal Psikologi Terhadap Kepuasan Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja PNS di Sekretariat Daerah Kabupaten Blora	Penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel penelitian adalah positif, kecuali pada hubungan modal psikologi terhadap kinerja pegawai yaitu tidak berpengaruh signifikan. Peran variabel kepuasan kerja sebagai mediator terbukti memediasi hubungan modal psikologi terhadap kinerja namun tidak memediasi pada hubungan karakteristik pekerjaan terhadap kinerja.

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
5.	Pratama (2014)	Pengaruh Spiritualitas, Intelektualitas, dan Profesionalisme Terhadap Kinerja Dosen STAIN Salatiga	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa spiritualitas secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja dosen, sedangkan intelektualitas dan profesionalisme secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja dosen. Ketika ketiga variabel diuji secara bersamaan maka akan berpengaruh terhadap kinerja dosen.
6.	Kusumah, <i>et al.</i> (2017)	Pengaruh Kompetensi dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Hashi Ramen Bar dan Resto Cimahi	Hasil penelitian ini menunjukkan rendahnya tanggapan responden terhadap variabel penelitian dan terdapat pengaruh yang signifikan ketika pengujian dilakukan secara simultan. Pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel sikap kerja tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan.

Sumber : Berbagai Jurnal Nasional dan Internasional

F. Hipotesis

Berdasarkan rerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Modal psikologis berpengaruh positif terhadap sikap kerja.
- H2 : Spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap sikap kerja.
- H3 : Modal psikologis berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan.
- H4 : Spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan.
- H5 : Sikap kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan.
- H6 : Sikap kerja memediasi pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan.
- H7 : Sikap kerja memediasi pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan.

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah mengenai hubungan antara modal psikologis dan spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan yang dimediasi oleh sikap kerja, penelitian ini dilakukan pada karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia.

B. Jenis Penelitian

Menurut Oei (2010) ada tiga jenis riset atau penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pada informasi yang akan dicari dalam riset sumber daya manusia, yaitu:

1. Penelitian eksploratori

Penelitian eksploratori merupakan desain penelitian dengan tujuan utama memperoleh pandangan mendalam dan menyeluruh tentang masalah manajemen sumber daya manusia yang sebenarnya atau hanya sekedar untuk mengetahui permasalahan awal atau ada tidaknya masalah dalam sumber daya manusia.

2. Penelitian deskriptif

Penelitian deskriptif merupakan desain penelitian dengan tujuan utama menggambarkan sesuatu dan merupakan lanjutan dari penelitian eksploratori.

3. Penelitian kausal

Penelitian kausal merupakan desain penelitian dengan tujuan utama membuktikan hubungan sebab-akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. Variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas, sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa penelitian ini termasuk kedalam desain penelitian kausal yang membuktikan hubungan sebab-akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi.

C. Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh dari pihak pertama yang berkaitan dengan variabel penelitian yang diteliti (Sekaran, 2006). Berdasarkan sifatnya, data primer dibagi menjadi dua macam, yaitu:

- a. Data kualitatif, bersifat tidak terstruktur sehingga variasi data dari sumbernya mungkin sangat beragam, hal ini disebabkan karena para karyawan yang terlibat dalam penelitian diberi kebebasan untuk mengutarakan pendapat.
- b. Data kuantitatif, bersifat terstruktur sehingga mudah dibaca peneliti. Data kuantitatif yaitu data yang dapat dihitung berupa angka-angka yang diperoleh langsung, seperti

jumlah pegawai, tingkat penilaian prestasi, absensi, dan data-data lainnya yang menunjang penelitian ini.

Jenis data yang digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari karyawan yang bekerja di 10 top perusahaan Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia sebagai responden dengan instrumen utama berupa kuesioner.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada seperti dari website, internet, catatan atau dokumentasi perusahaan dan studi kepustakaan terkait dengan topik penelitian.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang bekerja pada 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Penelitian dengan jumlah populasi yang besar sehingga tidak memungkinkan untuk mempelajari semua yang ada dalam populasi misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Menurut Riduwan dan Akdon (2013) rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2 = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

$z_{\alpha/2}$: Nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan

e : Kesalahan penarikan sampel

Rumus tersebut menambah yakin penelitian dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel dengan ukuran $96,04 = 97$ akan memberikan selisih estimasi x dengan μ kurang dari 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut jumlah sampel yang seharusnya diambil adalah sebesar 97 orang, namun dalam penelitian ini pengambilan jumlah sampel ditambahkan menjadi 200 orang untuk mengurangi bias dan tingkat kesalahan.

Pengambilan sampel yang tepat adalah menggunakan teknik sampling untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam pada penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Menurut Sugiyono (2009), purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dibagikan kepada karyawan yang bekerja di 10 top perusahaan Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia yang berada di Wilayah Provinsi Lampung dengan pembagian 20 sampel untuk setiap perusahaan. Pengambilan sampel penelitian ini dibantu oleh pihak perusahaan untuk pembagian kuesioner kepada para karyawan. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan daftar perusahaan dan penyebaran kuesioner

Tabel 3.1 Penyebaran Sampel Penelitian

No.	Nama Perusahaan	Jumlah Kuesioner
1.	PT Astra International Tbk	20
2.	PT Unilever Indonesia Tbk	20
3.	PT Bank Central Asia Tbk	20
4.	PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	20
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	20
6.	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	20
7.	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	20
8.	PT United Tractors Tbk	20
9.	PT Kalbe Farma Tbk	20
10.	PT Semen Indonesia (Persero) Tbk	20

Tabel 3.1 menunjukkan daftar nama-nama 10 top perusahaan Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia yang berada di Wilayah Provinsi Lampung beserta rincian kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini

E. Variabel Penelitian

Wijaya (2013) mengartikan variabel sebagai suatu yang dapat digunakan untuk membedakan atau merubah nilai, sebagai sinonim dari konstruk yang dinyatakan dengan nilai atau angka. Variabel berdasarkan hubungannya dapat dikelompokkan menjadi beberapa variabel yaitu :

- a. Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain.
- b. Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi (respon) atau variabel yang nilainya tergantung oleh perubahan variabel yang lain
- c. Variabel mediator adalah variabel perantara atau memediasi hubungan suatu variabel.

Variabel yang digunakan dalam penelitian terdiri dari variabel bebas (modal psikologis dan spiritualitas di tempat kerja), variabel terikat (prestasi kerja) dan variabel mediasi/mediator (sikap kerja).

F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelas dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator- indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut :

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Modal Psikologis (X_1)	Modal psikologis adalah suatu kondisi psikologis yang positif pada individu dengan karakteristik: memiliki kepercayaan diri (<i>self-efficacy</i>), memiliki harapan yang positif dalam langkah yang akan diambil, memiliki atribusi yang positif (optimis), akan kesuksesan sekarang dan dimasa depan, bertahan dan berusaha lebih baik	1. Efikasi Diri 2. Harapan 3. Optimisme 4. Resiliensi	Likert
Spiritualitas di Tempat Kerja (X_2)	Spiritualitas di tempat kerja adalah suatu pengenalan bahwa karyawan memiliki "kehidupan batin" yang mendukung dan memelihara diri serta dipelihara oleh pekerjaan yang bermakna yang mengambil tempat dalam konteks sebuah	1. Kehidupan batin 2. Makna dan tujuan bekerja 3. Rasa terhubung dengan komunitas	Likert
Prestasi Kerja (Y)	Prestasi kerja adalah hasil evaluasi dalam hal kemampuan sebagai individu yang melakukan tugas sesuai dengan ketentuan dalam deskripsi pekerjaan mereka.	1. Kinerja Tugas 2. Kinerja Kontekstual	Likert

Tabel 3.2 Lanjutan

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Sikap Kerja (M)	Sikap kerja adalah sikap umum individu terhadap pekerjaan dan organisasinya.	1. Kepuasan Kerja 2. Komitmen Organisasi	Likert
	Kappagoda, <i>et al.</i> (2014b)	Kappagoda, <i>et al.</i> (2014b)	

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji validitas

Menurut Ghazali (2011) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan

sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Teknik uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dengan bantuan software SPSS. Pengukuran tingkat interkorelasi antar variabel dapat dilakukan analisis faktor menggunakan Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA). Proses analisis dapat dilanjutkan apabila nilai KMO MSA lebih besar dari 0,5. Validitas suatu butir kuesioner dapat diketahui jika nilai factor loading > 0,5. Nilai factor loading yang kurang dari 0,5 dan terjadi cross loading harus dikeluarkan sampai tidak ada lagi nilai factor loading yang kurang dari 0,5.

2. Uji reliabilitas

Menurut Ghozali (2011) uji reliabilitas adalah ketepatan instrumen dalam pengukuran. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS dan menggunakan teknik pengukuran chronbach Alpha, hasil pengujian dapat dikatakan reliabel apabila chronbach Alpha > 0,6 dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \left(\frac{k}{k-1} \right) 1 - \left[\frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

- R : Reliabilitas instrumen
- K : Banyaknya butir pertanyaan
- 2 b : Jumlah varian butir
- 2 t : Varian total

3. Uji normalitas

Menurut Sugiyono (2011), statistik parametris mensyaratkan bahwa setiap variabel yang akan dianalisis harus berdistribusi normal maka sebelum pengujian hipotesis dilakukan terlebih dahulu pengujian normalitas data. Uji normalitas dilakukan pada variabel yang akan diteliti. Uji normalitas digunakan untuk menentukan penggunaan statistik uji parametrik dan non-parametrik. Uji parametrik apabila menunjukkan data berdistribusi normal, sedangkan apabila data menunjukkan berdistribusi tidak normal, maka menggunakan uji non- parametrik. Uji normalitas data dilakukan dengan normalitas univariate dan multivariate. Univariate melihat nilai CR pada Skewness diharapkan disekitar $\pm 2,58$.

H. Analisis Data

Data yang didapatkan dari kuesioner selanjutnya diolah dan dilakukan analisis. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan sebuah metode untuk menentukan hasil penelitian dan kemudian dideskripsikan dari hasil penelitian tersebut.

1. Alat analisis data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM). Perangkat lunak yang digunakan untuk analisis struktural dalam penelitian ini adalah AMOS (Analysis of Moment Structure). Menurut Dachlan (2014) Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan matriks untuk mempresentasikan persamaan untuk model struktural atau disingkat menjadi persamaan struktural (structural equation) dan persamaan untuk model pengukuran

atau disingkat menjadi persamaan pengukuran (measurement equation). Persamaan struktural dalam SEM dirumuskan untuk menyatukan hubungan kualitas antar berbagai konstruk (Prakasa, 2017). Persamaan struktural pada dasarnya dibangun dengan pedoman sebagai berikut:

$$\eta = \Gamma\xi + B\eta + \zeta$$

Keterangan :

η = Variabel laten (konstruk) endogenus.

ξ = Variabel laten (konstruk) eksogenus.

= Faktor unik atau kesalahan (error) struktural .

Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*) menentukan variabel mana yang mengukur konstruk serta menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesiskan antar konstruk atau variabel. Pengukuran untuk indikator endogenus adalah

$$= \Lambda^y +$$

Keterangan :

= variabel indikator endogenus.

η = variabel laten (konstruk) endogenus.

= faktor unik atau kesalahan (error) pengukuran dari indikator endogenus.

Menurut Dachlan (2014) terdapat tahapan dalam menganalisis SEM, yaitu:

a. Pengembangan dan analisis model pengukuran

Langkah awal dalam menganalisis SEM adalah memastikan bahwa model pengukuran lengkap (melibatkan seluruh konstruk yang terlibat dalam penelitian) merupakan model yang bisa diterima. Ada beberapa jenis model pengukuran, diantaranya adalah model faktor tunggal, model dua faktor dan model faktor orde kedua. Model faktor tunggal dan model dua faktor dikatakan sebagai model faktor orde pertama yaitu faktor yang langsung diukur sejumlah indikator. Untuk model faktor kedua, konstruk laten utamanya disebut dimensi, dimana masing-masing dimensi diukur dengan sejumlah faktor atau subdimensi, dan masing-masing faktor diukur dengan sejumlah indikator.

b. Menetapkan model pengukuran awal

Untuk menetapkan model pengukuran awal, tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi setiap konstruk laten yang akan dimasukkan kedalam model penelitian baik sebagai variabel independen maupun dependen dan sekaligus membuat definisi konsep.
- 2) Membuat operasional konstruk dengan menghadirkan indikator-indikator ukuran/atribut untuk masing-masing konstruk yang telah teridentifikasi.
- 3) Menentukan model pengukuran dengan cara menghubungkan setiap konstruk yang dilibatkan dalam model dengan masing-masing indikatornya.

c. Merancang studi empiris

Setelah model pengukuran untuk masing-masing konstruk yang terlibat dalam analisis ditetapkan secara teoritis, selanjutnya studi empiris dirancang untuk keperluan estimasi parameter model.

- 1) Menetapkan ukuran sampel yang memerlukan sampel yang besar untuk menjamin keterwakilan dan keakuratan hasil estimasi. Secara umum banyaknya parameter bebas yang harus diestimasi, atau 10 hingga 20 kali banyaknya variabel observed yang terlibat dalam model
- 2) Menetapkan perlakuan terhadap data yang tidak lengkap (missing data) yaitu dengan cara melakukan perbaikan terhadap data yang tidak lengkap dengan terlebih dahulu memeriksa apakah ketidaklengkapan itu terjadi secara sistematis (missing at random, MAR) ataukah sistematis (missing completely at random, MCAR).
- 3) Menetapkan struktur model relasi meliputi relasi antar variabel sesuai teori yang mendasarinya beserta parameter-parameter yang terdapat pada model.
- 4) Menetapkan teknik estimasi.
- 5) Menetapkan program aplikasi komputer yang akan digunakan yaitu AMOS.

d. Memeriksa data

Pemeriksaan normalitas ini selalu dibarengi dengan pemeriksaan outlier. Untuk itu sebelum model dianalisis, data harus dipastikan terlebih dahulu apakah telah memenuhi sejumlah asumsi yang dipersyaratkan.

2. Pengembangan dan Analisis Model Struktural

Menurut Prakasa (2017) langkah selanjutnya setelah mendapatkan model pengukuran yang valid dan established melalui sejumlah tahapan selanjutnya adalah mengevaluasi relasi struktural antara konstruk yang satu dengan yang lain sesuai model teoritis.

- a. Menetapkan model struktural
Inti dari penetapan model struktural adalah membuat relasi dependensi dari sebuah konstruk ke konstruk yang lain. Jadi setelah merumuskan masalah penelitian, selanjutnya mengajukan hipotesis.
- b. Mengevaluasi model struktural
Setelah model structural ditetapkan, selanjutnya mengevaluasi model khususnya menilai fit model menggunakan ukuran/indeks fit (goodness of fit).
- c. Uji hipotesis relasi struktural
Tahap terakhir dari SEM adalah uji hipotesis mengenai relasi structural antar konstruk. Uji hipotesis ini dilakukan dengan menguji signifikansi estimasi parameter model struktural, yaitu koefisien (γ) adalah loading structural dari konstruk eksogenus ke konstruk endogenus dan koefisien (β), adalah loading structural dari konstruk endogenus lainnya. Untuk uji signifikansi parameter ini difokuskan pada nilai critical ratio (CR) beserta p- value nya dari loading structural tersebut. Jika p-value yang dihasilkan lebih kecil dari taraf signifikan (biasanya 5% atau 1%), maka hipotesis nol yang menyatakan bahwa " $\gamma = 0$ atau $\beta = 0$ (loading structural bernilai 0)" tidak didukung.

Tidak didukungnya hipotesis nol dapat diartikan bahwa konstruk independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap konstruk endogenus.

3. Deskripsi hasil penelitian

Deskripsi hasil penelitian merupakan analisis yang dilakukan berdasarkan hasil penelitian yang digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum.

I. Pengujian Hipotesis

Secara umum hipotesis dapat diuji dengan dua cara yaitu dengan mencocokkan fakta atau dengan mempelajari konsistensi logis. Metode pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan melakukan pengujian dengan analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda (Ghozali, 2011). Analisis jalur digunakan untuk menguji bagaimanakah hasil dari hipotesis yang telah dirumuskan. Hasil dari uji analisis jalur ini digunakan untuk membandingkan pengaruh mana yang lebih besar antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung, serta menarik suatu kesimpulan apakah dengan adanya variabel mediasi ini dapat memperkuat atau justru memperlemah pengaruh independen terhadap dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Distribusi Kuesioner

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia. Penyebaran dilakukan kepada karyawan yang bekerja di wilayah Provinsi Lampung. Hasil penyebaran kuesioner penelitian dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner Penelitian

No	Responden	Jumlah Responden
1.	Kuesioner yang disebar	200
2.	Kuesioner yang kembali	180
Total		180

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.1 menjelaskan bahwa kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada responden sebanyak 200 kuesioner, dengan pembagian 20 kuesioner untuk setiap perusahaan yang diteliti. Kuesioner yang kembali yaitu berjumlah 180 kuesioner, sehingga total kuesioner yang dapat diolah yaitu sebanyak 180 kuesioner. Berdasarkan data tersebut maka tingkat pengembalian (response rate) sebesar $= (180:200) \times 100\% = 90\%$.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diteliti dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan status pegawai adalah sebagai berikut:

- **Jenis Kelamin**

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	128	71,11%
Perempuan	52	28,89%
Total	180	100%

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.2 mendeskripsikan bahwa dari 180 responden, terdapat 128 orang responden atau sebesar 71,11% berjenis kelamin laki-laki dan 52 orang responden atau sebesar 28,89% berjenis kelamin perempuan sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia didominasi oleh laki-laki.

- **Usia**

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
20-30 tahun	60	33,33%
31-40 tahun	98	54,44%
41-50 tahun	20	11,11%
> 50 tahun	2	1,11%
Total	180	100.0%

Sumber : Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.3 mendeskripsikan bahwa dari 180 responden, terdapat 60 orang responden atau 33,33% pada usia 20-30 tahun, terdapat 98 orang responden atau 54,11% berusia 31-40 tahun, 20 orang responden atau 11,11% berusia 41-50 tahun, dan 2 orang responden atau 1,11% berusia >50 tahun. Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia didominasi oleh karyawan yang memiliki usia 31-40 tahun.

- **Tingkat Pendidikan**

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	SMA/Sederajat	32	17,78%
2	Diploma	60	33,33%
3	S1	80	44,44%
4	S2	8	4,44%
5	S3	0	0%
Jumlah		180	100%

Sumber : Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.4 mendeskripsikan bahwa dari 180 orang responden, terdapat 32 orang responden atau 17,78% merupakan lulusan SMA/Sederajat, terdapat 60 orang responden atau 33,33% merupakan lulusan Diploma, 80 orang responden atau sebesar 44,44% merupakan lulusan S1, dan 8 orang responden atau sebesar 4,44% merupakan lulusan S2, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pendidikan bahwa karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia didominasi oleh karyawan lulusan S1.

• **Lama Bekerja**

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Lama Bekerja	Frekuensi	Persentase
1-5 tahun	45	25%
6-10 tahun	70	38,89%
11-15 tahun	53	29,44%
16-20 tahun	10	5,56%
>20 tahun	2	1,11%
Total	180	100.0%

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Berdasarkan tabel 4.4, dapat dilihat bahwa karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia didominasi oleh karyawan dengan lama bekerja 6-10 tahun sebanyak 70 orang dengan persentase sebesar 38,89% dan karyawan dengan lama bekerja > 20 tahun memiliki jumlah paling sedikit dibanding dari kelompok pekerja lain yaitu sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar 1,11%.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk melihat tingkat jawaban dari 180 orang karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia berdasarkan variabel penelitian yaitu modal psikologis, spiritualitas di tempat kerja, prestasi kerja karyawan dan sikap kerja. Analisis deskriptif diperoleh berdasarkan tabulasi jawaban kuesioner yang terdapat pada Lampiran 4-7.

Nilai minimum menunjukkan nilai terkecil atau terendah pada suatu gugus data. Nilai maksimum menunjukkan nilai terbesar atau tertinggi pada suatu gugus data sedangkan rata-rata (mean) merupakan cara yang paling umum digunakan untuk mengukur nilai sentral dari suatu distribusi data yang diteliti. Standar deviasi adalah ukuran yang menunjukkan standar penyimpangan data observasi terhadap rata-rata datanya (Ghozali, 2011). Statistik deskriptif dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Statistik Deskriptif

No.	Variabel	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Std. Deviasi
1.	Modal Psikologis	2,83	4,83	4,09	0,36
2	Spiritualitas di Tempat Kerja	3,57	4,71	4,23	0,25
3	Prestasi Kerja	3,43	4,81	4,06	0,25
4.	Sikap Kerja	2,84	4,63	3,97	0,30

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.6 menunjukkan nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari keseluruhan variabel penelitian. Berdasarkan nilai rata-rata dapat diketahui gambaran secara umum masing-masing variabel dengan perbandingan nilai rata-rata dengan skor pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Skor dan Kriteria berdasarkan Nilai Rata-rata

Skor	Kriteria
0-1	Sangat Rendah
1-2	Rendah
2-3	Sedang
3-4	Tinggi
4-5	Sangat Tinggi

- a. Nilai rata-rata untuk variabel modal psikologis yang dimiliki karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia bernilai 4,09, termasuk dalam kategori sangat tinggi;
- b. Nilai rata-rata untuk variabel spiritualitas di tempat kerja yang dimiliki karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia bernilai 4,23, termasuk dalam kategori sangat tinggi;
- c. Nilai rata-rata untuk variabel prestasi kerja yang dimiliki karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia bernilai 4,06, termasuk dalam kategori sangat tinggi;
- d. Nilai rata-rata untuk variabel sikap kerja yang dimiliki karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia bernilai 3,97, termasuk dalam kategori tinggi.

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa variabel modal psikologis, spiritualitas di tempat kerja dan prestasi kerja karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi majalah Fortune Indonesia termasuk dalam kategori sangat tinggi, sedangkan nilai rata-rata terendah berada ada variabel sikap kerja yaitu 3,97. Hal ini tentunya perlu menjadi perhatian bagi perusahaan dalam upaya menjaga dan meningkatkan sikap kerja para karyawannya. Uraian hasil dari nilai rata-rata pada masing-masing item pernyataan kuesioner, dapat digunakan untuk mengetahui pernyataan secara terinci yang perlu ditingkatkan.

4. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian kuesioner melalui masing-masing item pertanyaan yang telah diisi oleh responden, maka dapat dilihat rekapitulasi deskripsi jawaban responden sebagai berikut :

a. Deskripsi Pernyataan Responden Variabel Modal Psikologis (X1)

Deskripsi jawaban responden untuk variabel modal psikologis pada karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia.

Tabel 4.8 Rata-rata Jawaban Responden Tentang Efikasi Diri

No.	Item Pernyataan	Rata-rata (\bar{X})
1.	Saya mampu menganalisa masalah jangka panjang dan menemukan solusinya.	3,94
2.	Saya merasa percaya diri saat mendiskusikan pekerjaan dengan rekan kerja dan atasan.	4,26
3.	Saya merasa yakin untuk berkontribusi mendiskusikan strategi perusahaan.	4,08
4.	Saya merasa yakin dalam menetapkan target di lingkungan kerja saya	4,20
5.	Saya mampu menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan mengenai suatu permasalahan	4,10
6.	Saya mampu menyajikan informasi ke kelompok kerja	3,92
Rata-rata (\bar{X})		4,08

Tabel 4.8 menjelaskan bahwa enam item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 4,08, artinya secara keseluruhan responden merasa memiliki kepercayaan diri dan kemampuan dalam melakukan tugas yang diberikan serta dapat menyelesaikannya sesuai dengan target yang diharapkan.

Menurut Stajkovic dan Luthans (1998) dalam Sufya (2015) efikasi diri merupakan kepercayaan diri seseorang mengenai kemampuannya untuk memaksimalkan motivasi, pengetahuan dan tingkah laku yang dibutuhkan untuk melakukan tugas yang spesifik secara sukses pada konteks yang dibutuhkan. Orang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi cenderung menetapkan target yang tinggi terhadap diri sendiri, senang menerima tantangan, memiliki motivasi diri yang kuat, serta membayar dengan usaha yang setimpal agar mencapai tujuan. Efikasi diri yang dimiliki oleh seorang karyawan menjadi modal secara psikologis yang baik untuk memenuhi tugas dan tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaannya.

Tabel 4.9 Rata-rata Jawaban Responden Tentang Harapan

No.	Item Pernyataan	Rata-rata (\bar{X})
7.	Jika saya menghadapi masalah dalam pekerjaan, saya memiliki berbagai alternatif untuk menyelesaikannya	3,99

No.	Item Pernyataan	Rata-rata (\bar{X})
8.	Saat ini, saya merasa bersemangat untuk mencapai target pekerjaan saya	4,23
9.	Terdapat berbagai solusi di balik setiap masalah	4,12
10.	Saat ini, saya merasa sukses dalam bekerja	4,19
11.	Saya memikirkan berbagai cara untuk mencapai target kerja saya	4,11
12.	Saat ini, saya merasa sudah mencapai apa yang menjadi target kerja pribadi	3,92
Rata-rata (\bar{X})		4,09

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.9 menjelaskan bahwa lima item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 4,09, artinya secara keseluruhan responden memiliki harapan yang tinggi terhadap pekerjaan yang mereka lakukan. Menurut Snyder (1991) dalam Kappagoda, et al. (2014b) harapan adalah keadaan psikologis positif yang didasarkan pada kesadaran yang saling mempengaruhi antara lain yaitu, agency (energi untuk mencapai tujuan) dan path ways (perencanaan untuk mencapai tujuan).

Harapan yang dimiliki seseorang dapat menumbukkan sikap yang komitmen dan memiliki kepuasan/kesenangan dalam melakukan pekerjaan. Karyawan dan manajer yang memiliki tingkat harapan lebih tinggi cenderung memiliki hasil kerja yang lebih memuaskan. Tingkat harapan pada manajer dan karyawan ditemukan berkorelasi secara positif dengan performa kerja, kepuasan kerja, kesenangan dalam bekerja dan komitmen organisasi (Luthans et al., 2007a).

Tabel 4.10 Rata-rata Jawaban Responden Tentang Optimisme

No	Item Pernyataan	Rata-rata (\bar{X})
13.	Saya sulit untuk pulih kembali setelah mengalami keterpurukan di tempat kerja	3,97
14.	Saya biasa mengatasi masalah dalam pekerjaan dengan berbagai cara	4,22
15.	Jika kondisi di tempat kerja memaksa, saya bisa bekerja sendirian	4,08
16.	Saya biasa mengatasi dengan mudah hal-hal yang membuat stres saat bekerja	4,17
17.	Saya dapat melalui masa-masa sulit dalam bekerja karena sebelumnya saya sudah pernah mengalaminya.	4,08
18.	Saya mampu mengerjakan berbagai hal sekaligus	3,93
Rata-rata (\bar{X})		4,07

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.10 menjelaskan bahwa enam item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 4,07, artinya secara keseluruhan responden memiliki optimisme yang cukup tinggi. Optimisme merupakan alasan dan atribusi yang digunakan seseorang dalam menjelaskan suatu kejadian, baik itu kejadian yang positif, negatif, yang terjadi di masa lampau, masa kini, ataupun di masa yang akan datang (Luthans et al., 2007b). Optimisme ditandai dengan individu yang memberi atribusi positif terhadap diri sendiri saat mencapai keberhasilan dan memandang kejadian-kejadian sebagai suatu hal yang bersifat sementara, eksternal dan bersifat tergantung pada situasi.

Orang yang memiliki optimisme dalam melaksanakan pekerjaannya selalu menganggap bahwa kesulitan yang dihadapi merupakan hal yang sementara terjadi, dan selalu yakin bahwa mereka akan mencapai keberhasilan setelah melewati kesulitan-kesulitan tersebut. Rasa optimism perlu dimiliki oleh seorang karyawan agar mencapai prestasi kerja yang tinggi.

Tabel 4.11 Rata-rata Jawaban Responden Tentang Resiliensi

No	Item Pernyataan	Rata-rata (\bar{X})
19.	Jika terjadi ketidakpastian di tempat kerja, biasanya saya berharap yang terbaik.	3,97
20.	Jika terjadi kesalahan dalam pekerjaan saya, itu merupakan hal yang biasa.	4,23
21.	Saya selalu melihat sisi baik dari pekerjaan saya.	4,08
22.	Saya optimis dengan apapun yang mungkin terjadi pada pekerjaan saya di masa depan.	4,17
23.	Dalam melakukan pekerjaan, sesuatu tidak berjalan sesuai dengan yang saya inginkan.	4,06
24.	Saya mendekati pekerjaan ini seolah-olah "akan ada titik cerah atau hikmah dari semua masalah.	3,93
Rata-rata (\bar{X})		4,07

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.11 menjelaskan bahwa enam item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 4,06, artinya secara keseluruhan responden memiliki resiliensi atau ketahanan dalam menghadapi kesulitan dan tantangan-tantangan yang muncul dalam pekerjaan. Menurut Masten dan Reed (2002) dalam Sufya (2015) resiliensi adalah suatu fenomena yang terkarakteristik melalui suatu pola adaptasi yang positif terhadap kesulitan dan risiko yang signifikan. Resiliensi merupakan kapasitas yang dimiliki seseorang untuk dapat bertahan dan bangkit kembali baik ketika menghadapi pengalaman yang positif maupun negatif. Karyawan yang resilien akan mampu bangkit dan terus bertahan meskipun mengalami berbagai kesulitan dan tantangan dalam bekerja, seperti beban kerja yang lebih dan permasalahan lain yang sering muncul dalam perusahaan.

b. Deskripsi Pernyataan Responden Variabel Spiritualitas di Tempat Kerja (X2)

Deskripsi jawaban responden untuk variabel spiritualitas di tempat kerja pada karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia.

Tabel 4.12 Rata-rata Jawaban Responden Tentang Kehidupan Batin

No	Item Pernyataan	Rata-rata (\bar{X})
1.	Saya merasa penuh dengan harapan dalam menjalani hidup.	4,37
2.	Nilai-nilai spiritual mempengaruhi saya dalam mengambil keputusan.	4,37
3.	Saya menganggap diri saya adalah orang yang spiritual.	4,33
4.	Berdoa merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan saya.	4,31
5.	Saya peduli pada kesehatan spiritual rekan kerja saya.	4,28
Rata-rata (\bar{X})		4,33

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.12 menjelaskan bahwa lima item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 4,33, artinya secara keseluruhan responden merasa memiliki kehidupan batin yang baik yaitu merupakan identitas individual atau teori konsep diri dan juga identitas sosial yang terjadi dalam keanggotaan kelompok (unit kerja atau organisasi). Duchon dan Plowman (2005) dalam Sufya (2015) mengemukakan bahwa orang-orang membawa seluruh diri mereka untuk bekerja dan semakin terlihat seluruh diri mereka termasuk diri spiritual. Pernyataan tersebut mengungkapkan bahwa kehidupan batin dalam diri individu menjadi bagian dari spiritual yang erat kaitannya dengan pekerjaan yang dilakukan. Kehidupan batin yang baik dalam diri individu akan membuatnya lebih semangat dalam bekerja.

Tabel 4.13 Rata-rata Jawaban Responden Tentang Makna dan Tujuan Bekerja

No	Item Pernyataan	Rata-rata (\bar{X})
6.	Saya mengalami suka dan duka dalam bekerja.	4,10
7.	Saya yakin orang lain juga mengalami suka dan duka dalam bekerja.	4,27
8.	Semangat saya memberikan energi pada pekerjaan saya	4,24
9.	Pekerjaan yang saya lakukan berhubungan dengan apa yang saya rasa penting dalam kehidupan ini	4,26
10.	Saya memandang kedepan dalam bekerja hampir setiap harinya.	4,25

No	Item Pernyataan	Rata-rata (\bar{x})
11.	Saya melihat hubungan antara pekerjaan saya dan kebaikan sosial lebih besar dari komunitas di tempat saya bekerja	4,21
12.	Saya mengetahui bagaimana memberikan makna dalam bekerja.	4,23
Rata-rata (\bar{x})		4,22

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.13 menjelaskan bahwa dari tujuh item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 4,22, artinya secara keseluruhan responden merasa bahwa mereka memiliki makna dan tujuan dalam melaksanakan pekerjaannya. Menurut Duchon dan Plowman (2005) dalam Sufya (2015) seseorang mencari sebuah makna dan memiliki tujuan dalam bekerja, ketika makna tersebut ditemukan maka mereka akan mencintai pekerjaannya sehingga hasil kerja yang diharapkan sesuai dengan yang dikerjakan. Makna dan tujuan dalam sebuah pekerjaan dapat ditemukan ketika karyawan merasakan kepuasan dalam bekerja. Karyawan yang telah menemukan makna dalam pekerjaannya cenderung memiliki komitmen terhadap perusahaan untuk meraih keberhasilan.

5. Pengujian Data

Pengujian data dalam penelitian ini dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas. Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian atau tidak. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Reliabel berarti instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013).

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Teknik uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program IBM SPSS Statistics 24 for windows (lampiran 8-12). Kuesioner dapat dikatakan valid jika hasil perhitungan analisis faktor Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO- MSA) dan factor loading 0,5 selanjutnya sampel bisa dianalisis lebih lanjut.

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa item pernyataan dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai factor loading 0,5 sehingga dapat dilanjutkan ke uji berikutnya. Hasil uji validitas pada penelitian ini menggunakan 180 orang responden dan hasil yang didapatkan adalah secara keseluruhan item pernyataan dari masing-masing variabel yang digunakan memiliki nilai yang valid, namun dari hasil uji tersebut ditemukan satu item pernyataan yang tidak valid yaitu pada variabel prestasi kerja karyawan dalam item Y9.

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seorang responden terhadap pernyataan kuesioner konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran realibilitas dalam instrumen penelitian menggunakan teknik Cronbach's Alpha (), dengan kriteria nilai Cronbach's Alpha harus $\geq 0,6$. Kriteria reliabilitas diinterpretasikan dengan daftar koefisien r sebagai berikut:

Tabel 4.19 Koefisien nilai r Cronbach's Alpha

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Cukup/Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Tabel di atas menjelaskan bahwa jika nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,8000-1,0000 maka yang dimiliki reliabilitas yang sangat tinggi, 0,6000-0,7999 memiliki reliabilitas yang tinggi, 0,4000-0,5999 memiliki reliabilitas yang cukup atau sedang, 0,2000-0,3999 memiliki reliabilitas yang rendah dan 0,0000-0,1999 maka memiliki reliabilitas yang sangat rendah. Teknik uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program IBM SPSS Statistics 24 for windows (lampiran 13 - 16). Hasil dari pengujian mendeskripsikan bahwa dalam uji reliabilitas semua item pertanyaan kuesioner dapat dinyatakan reliabel dengan perhitungan sebagai berikut :

- 1) Modal Psikologis dengan Cronbach Alpha bernilai 0,873 tergolong reliabilitas sangat tinggi.
- 2) Spiritualitas di Tempat Kerja dengan Cronbach Alpha bernilai 0,709 tergolong reliabilitas tinggi.
- 3) Prestasi Kerja Karyawan dengan Cronbach Alpha bernilai 0,726 tergolong reliabilitas tinggi.
- 4) Sikap Kerja dengan Cronbach Alpha bernilai 0,756 tergolong reliabilitas tinggi.

c. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas terhadap data yang digunakan dalam analisis ini diuji dengan menggunakan bantuan komputer program IBM SPSS AMOS 24 for windows (lampiran 17). Uji normalitas digunakan untuk menentukan penggunaan statistik uji parametrik dan non-parametrik. Uji parametrik apabila menunjukkan data berdistribusi normal, sedangkan apabila data menunjukkan berdistribusi tidak normal, maka menggunakan uji non-parametrik. Uji normalitas data dilakukan dengan normalitas univariate dan multivariate. Univariate melihat nilai Critical Ratio pada Skewness diharapkan sekitar $\pm 2,58$. Hasil uji normalitas data dengan normalitas univariate dan multivariate dapat dilihat pada Tabel 4.20.

Tabel 4.20 Uji normalitas data dengan normalitas univariate dan multivariate

Variabel	Dimensi	c.r.	Kurtosis
Modal	Efikasi Diri	-2,097	-1,197
	Harapan	-1,585	-,619
	Optimisme	-1,547	-,441
	Resiliensi	-1,811	-,544
Spiritualitas di	Kehidupan Batin	,707	-,223
	Makna dan Tujuan Bekerja	1,725	-,176
	Rasa Terhubung dengan Komunitas	,707	-,223

Tabel 4.20 Lanjutan

Variabel	Dimensi	c.r.	Kurtosis
Prestasi Kerja	Kinerja Tugas	2,201	-,016
Karyawan	Kinerja Kontekstual	,712	,288
Sikap Kerja	Kepuasan Kerja	-2,429	1,440
	Komitmen Organisasi	-1,006	,025

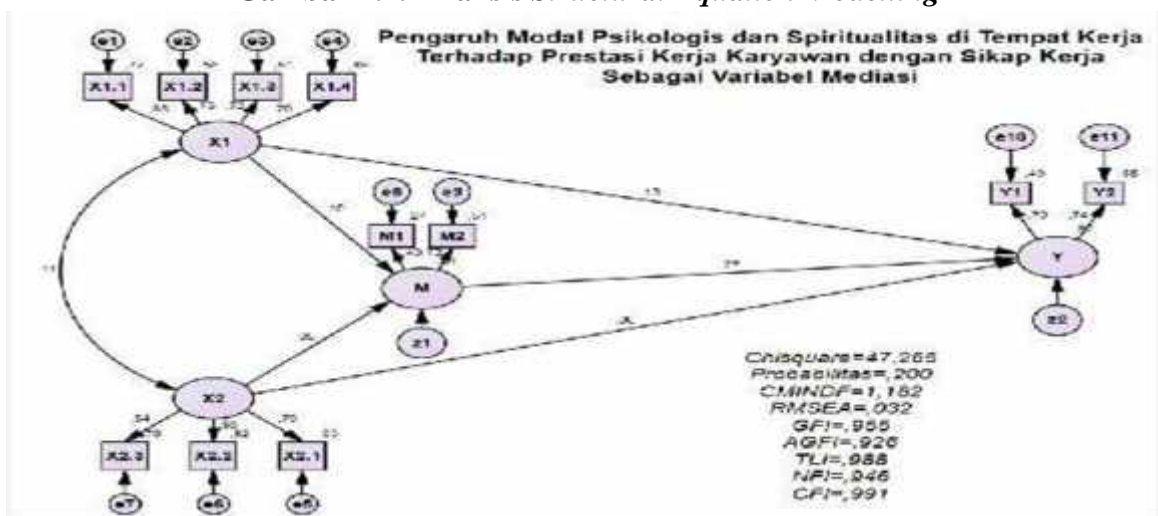
Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.20 uji normalitas data dengan normalitas univariate dan multivariate dapat dilihat bahwa seluruh nilai c.r. pada skewness masih berada pada kisaran nilai $\pm 2,58$. Berdasarkan nilai tersebut bisa dinyatakan bahwa seluruh nilai yang terdapat pada kuesioner berdistribusi normal.

d. Analisis Structural Equation Modelling (SEM)

Pada analisis ini diuji hubungan kausalitas antar variabel yang tercakup dalam model penelitian. Hasil pengolahan data untuk analisis SEM variabel eksogen modal psikologis, spiritualitas di tempat kerja, prestasi kerja karyawan dan sikap kerja ditampilkan sebagai berikut:

Gambar 4.1. Analisis Structural Equation Modelling



Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.21 Regression Weights Structural Equation Modelling

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
M	<---	X ₁	0,105	0,039	2,230	***	
M	<---	X ₂	0,053	0,039	2,025	***	
Y	<---	X ₁	0,129	0,054	2,407	***	
Y	<---	X ₂	0,055	0,054	2,092	***	
Y	<---	M	0,770	0,238	5,249	***	

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

Tabel 4.21 menunjukkan nilai Critical Ratio (CR) dari masing-masing indikator sudah memenuhi syarat, yaitu memiliki nilai > 1,97 (lampiran 18). CR identik dengan t hitung dalam analisis regresi, CR > 1,97 menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut signifikan dan merupakan dimensi dari variabel yang dibentuk.

6. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian Structural Equation Modelling selanjutnya ditelaah lebih lanjut untuk menguji mendukung atau tidak mendukungnya hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini.

Tabel 4.22 Pengujian Hipotesis Pertama

	Estimate	S.E.	C.R.	P
Sikap Kerja ← Modal Psikologis	0,105	0,039	2,230	***

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

H1 : Modal psikologis berpengaruh positif terhadap sikap kerja

Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh parameter estimasi yang didapat antara modal psikologis dengan sikap kerja menghasilkan nilai CR = 2,230 dimana nilai ini memenuhi syarat CR > 1,97 pada tingkat signifikansi 5% dan nilai p = 0,000 telah memenuhi syarat < 0,05. Hasil dari uji tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama terdukung, yaitu modal psikologis berpengaruh positif terhadap sikap kerja. Adanya pengaruh positif modal psikologis terhadap sikap kerja menandakan bahwa semakin baik modal psikologis yang dimiliki seorang karyawan, maka akan semakin baik pula tingkat sikap kerjanya yaitu kepuasan kerja dan komitmennya terhadap perusahaan.

Tabel 4.23 Pengujian Hipotesis Kedua

	Estimate	S.E.	C.R.	P
Sikap Kerja ← Spiritualitas di Tempat Kerja	0,053	0,039	2,025	***

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

H2 : Spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap sikap kerja

Hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh parameter estimasi yang didapat antara modal psikologis dengan sikap kerja menghasilkan nilai CR = 2,025 dimana nilai ini memenuhi syarat CR 1,97 pada tingkat signifikansi 5% dan nilai p = 0,000 telah memenuhi syarat < 0,05. Hasil dari uji tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua terdukung, yaitu spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap sikap kerja. Adanya pengaruh positif spiritualitas di tempat kerja terhadap sikap kerja menandakan bahwa semakin baik spiritualitas yang dimiliki seorang karyawan ketika berada di tempat kerja, maka akan semakin baik pula tingkat sikap kerjanya yaitu kepuasan kerja dan komitmennya terhadap perusahaan.

Tabel 4.24 Pengujian Hipotesis Ketiga

Prestasi Kerja Karyawan ← Modal Psikologis	Estimate	S.E.	C.R.	P
	0,129	0,054	2,407	***

Sumber: Olah Data Survey, 2018.

H3 : Modal psikologis berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan

Hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh parameter estimasi yang didapat antara modal psikologis dengan sikap kerja menghasilkan nilai CR = 2,407 dimana nilai ini memenuhi syarat CR 1,97 pada tingkat signifikansi

5% dan nilai p = 0,000 telah memenuhi syarat < 0,05. Hasil dari uji tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga terdukung, yaitu modal psikologis berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Adanya pengaruh positif modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan menandakan bahwa semakin baik modal psikologis yang dimiliki seorang karyawan, maka akan semakin baik pula tingkat prestasi kerja yang didapatkan oleh karyawan tersebut di perusahaan.

PEMBAHASAN

1. Modal psikologis berpengaruh positif terhadap sikap kerja

Penelitian ini mendukung hipotesis pertama yang diajukan yaitu modal psikologis berpengaruh positif terhadap sikap kerja. Uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa modal psikologis berpengaruh positif terhadap sikap kerja karyawan. Sikap kerja seorang karyawan dapat didukung dengan adanya modal psikologis yang baik dalam dirinya. Hal tersebut dibuktikan dari hasil pengujian hipotesis pertama diperoleh parameter estimasi yang didapat antara modal psikologis dengan sikap kerja menghasilkan nilai CR = 2,230, dimana nilai ini memenuhi syarat CR 1,97 pada tingkat signifikansi 5% dan nilai p = 0,000 memenuhi syarat < 0,05. Hasil dari pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama terdukung, yaitu modal psikologis berpengaruh positif terhadap sikap kerja. Adanya pengaruh positif modal psikologis terhadap sikap kerja menandakan bahwa semakin baik modal psikologis seorang karyawan, maka akan semakin baik pula tingkat sikap kerja yang dimilikinya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya, dimana modal psikologis memiliki pengaruh positif terhadap sikap kerja. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kappagoda, et al. (2014b) yang menyatakan bahwa modal psikologis berpengaruh positif terhadap sikap kerja dan kontribusi karyawan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki modal psikologis yang baik cenderung merasa puas dan berkomitmen terhadap pekerjaan mereka. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Nafei (2015) yang menyatakan bahwa modal psikologis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap dan kinerja karyawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap kerja karyawan dikatakan dalam kondisi yang baik, hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dari empat dimensi modal psikologis secara rata-rata karyawan sudah memiliki efikasi diri yang baik, harapan dalam kondisi yang baik, optimisme dan resiliensi dalam menghadapi berbagai tantangan dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan juga baik. Dimensi dengan rata-rata terkecil adalah optimisme dan resiliensi sebesar 4,07, efikasi diri memiliki rata-rata sebesar 4,08. Rata-rata terbesar adalah pada dimensi harapan sebesar 4,09.

2. Spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap sikap kerja

Penelitian ini mendukung hipotesis kedua yang diajukan yaitu spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap sikap kerja. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh parameter estimasi yang didapat antara spiritualitas di tempat kerja dengan sikap kerja menghasilkan nilai $CR = 2,025$, dimana nilai ini memenuhi syarat $CR > 1,97$ pada tingkat signifikansi 5% dan nilai $p = 0,000$ memenuhi syarat $< 0,05$. Hasil dari pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua terdukung, yaitu spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap sikap kerja. Adanya pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap sikap kerja menandakan bahwa semakin baik tingkat spiritualitas karyawan ketika berada di tempat kerja, maka akan semakin baik pula tingkat sikap kerja yang dimilikinya, yaitu kepuasan dan komitmen kepada perusahaan.

Spiritualitas di tempat kerja merupakan kondisi yang berkaitan dengan kehidupan dan cara pandang pribadi individu terhadap pekerjaan dan organisasinya. Seseorang yang memiliki spiritualitas yang baik cenderung menampilkan sikap yang baik dalam kehidupannya. Sistem manajerial era modernisme menjadikan spiritualitas di tempat kerja sebagai salah satu hal yang penting untuk diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Amalia dan Yunizar (2014) yang menyatakan bahwa spiritualitas di tempat kerja memiliki hubungan positif yang kuat dengan sikap kerja, ketika kondisi spiritualitas karyawan di tempat kerja baik akan menjadikan kondisi sikap kerja baik pula. Karyawan yang memiliki spiritualitas yang baik ketika berada di tempat kerja cenderung menunjukkan sikap kerja yang baik, yaitu kepuasan atas pekerjaan yang mereka lakukan dan komitmen terhadap organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa spiritualitas di tempat kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap kerja. Perbaikan spiritualitas merupakan suatu upaya cerdas yang dapat dilakukan untuk peningkatan sikap kerja.

3. Modal psikologis berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan

Penelitian ini mendukung hipotesis ketiga yang diajukan yaitu modal psikologis berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh parameter estimasi yang didapat antara modal psikologis dengan prestasi kerja karyawan menghasilkan nilai $CR = 2,407$, dimana nilai ini memenuhi syarat $CR > 1,97$ pada tingkat signifikansi 5% dan nilai $p = 0,000$ memenuhi syarat $p < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga terdukung, yaitu modal psikologis berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Adanya pengaruh positif modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan menandakan bahwa semakin baik modal psikologis yang dimiliki oleh seorang karyawan, maka akan semakin baik pula prestasi kerja yang didapatkannya. Hal ini sesuai dengan Azmoodeh dan Dizgah (2015) yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki modal psikologis yang baik dengan komponen efikasi diri, harapan, optimisme dan resiliensi akan memiliki prestasi kerja yang baik dan sesuai harapan.

Modal psikologis adalah suatu kondisi psikologis tertentu yang bersifat positif pada suatu individu yang dicirikan dengan empat karakteristik tertentu. Karakteristik dalam modal psikologis memiliki pengaruh yang positif terhadap prestasi kerja karyawan. Hal ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luthans, et al. (2007a) yang menyebutkan bahwa modal psikologis memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja/prestasi kerja karyawan. Semakin baik kondisi modal psikologis yang dimiliki oleh seseorang maka prestasinya akan semakin meningkat. Modal psikologis menjadi salah satu faktor internal dalam diri karyawan yang dapat dikelola untuk mencapai prestasi kerja yang diinginkan.

4. Spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan

Penelitian ini mendukung hipotesis keempat yang diajukan yaitu spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis keempat diperoleh parameter estimasi langsung yang didapat antara spiritualitas di tempat kerja dengan prestasi kerja karyawan menghasilkan nilai $CR = 2,092$, dimana nilai ini memenuhi syarat $CR > 1,97$ pada tingkat signifikansi 5% nilai $p = 0,000$ memenuhi syarat $p < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat terdukung, yaitu spiritualitas di tempat kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Adanya pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan menandakan bahwa semakin baik tingkat spiritualitas karyawan ketika berada di tempat kerja, maka akan semakin baik pula tingkat prestasi kerja yang dimiliki karyawan.

Menurut Krishnakumar, et al. (2002) dalam Beheshtifar dan Zare (2013). spiritualitas di tempat kerja memiliki berbagai manfaat di bidang kreativitas, peningkatan proses, layanan pelanggan, kejujuran dan kepercayaan, pemenuhan pribadi dan komitmen, yang pada akhirnya akan mengarah pada peningkatan kinerja organisasi. Penerapan spiritualitas di tempat kerja memberikan sumbangan untuk peningkatan hasil kerja yang dilakukan oleh karyawan. Semakin baik spiritualitas yang ada dalam diri karyawan maka prestasi kerja/kinerjanya akan semakin meningkat. Hal ini mendukung penelitian Beheshtifar dan Zare (2013) serta Petchsawanga

dan Duchon (2012) yang menyatakan bahwa spiritualitas di tempat kerja memiliki pengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan.

5. Sikap kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan

Penelitian ini mendukung hipotesis kelima yang diajukan yaitu sikap kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis kelima diperoleh parameter estimasi langsung yang didapat antara sikap kerja dengan prestasi kerja karyawan menghasilkan nilai $CR = 5,249$, dimana nilai ini memenuhi syarat $CR > 1,97$ pada tingkat signifikansi 5% nilai $p = 0,000$ memenuhi syarat $< 0,05$. Hasil dari pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima terdukung, yaitu sikap kerja berpengaruh positif terhadap prestasi kerja karyawan. Adanya pengaruh sikap kerja terhadap prestasi kerja karyawan menandakan bahwa semakin baik tingkat sikap kerja yang dimiliki karyawan maka tingkat prestasi kerjanya semakin meningkat.

Sikap kerja merupakan sikap yang umum dari seorang karyawan terhadap pekerjaannya. Hal yang sering ditunjukkan dari sikap kerja adalah kepuasan dan komitmen karyawan terhadap perusahaan. Sikap kerja dapat menjadi suatu hal yang dapat digunakan untuk meningkatkan tingkat prestasi kerja karyawan. Semakin baik rasa kepuasan dan komitmen seorang karyawan terhadap organisasinya maka dapat meningkatkan prestasi kerjanya. Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Oktarisanto (2005) yang menyebutkan bahwa sikap kerja memiliki pengaruh yang positif terhadap prestasi kerja karyawan.

6. Sikap kerja memediasi pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan

Penelitian ini mendukung hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sikap kerja memediasi pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis keenam diperoleh parameter estimasi langsung yang didapat antara modal psikologis dengan prestasi kerja karyawan dimediasi oleh sikap kerja menghasilkan nilai $Estimate = 0,081$, dimana nilai ini menunjukkan bahwa sikap kerja memiliki nilai yang positif setelah dilakukan pengujian sebagai variabel mediasi pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan.

Seorang karyawan yang memiliki modal psikologis yang baik akan menunjukkan sikap kerja yang baik dalam pekerjaannya. Hal ini karena ia merasa mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya bekerja. Semakin baik sikap yang ditunjukkan oleh karyawan tersebut maka akan semakin meningkatkan prestasi yang didapatkannya sehingga membuat karyawan dapat melaksanakan tugas dengan baik dan mencapai prestasi kerja yang diharapkan. Seseorang yang memiliki sikap puas dan berkomitmen terhadap pekerjaannya dapat disebabkan karena ia merasa percaya diri dan optimis serta memiliki harapan dan resiliensi yang baik dalam menghadapi tantangan dan tuntutan dalam bekerja sehingga mampu menghasilkan sebuah prestasi dalam bekerja. Individu yang memiliki rasa percaya diri dan komitmen yang baik untuk mencapai

keberhasilan maka ia akan lebih meningkatkan kontribusinya untuk organisasi sehingga prestasinya dalam bekerja juga akan meningkat.

Pengujian sikap kerja sebagai variabel mediasi pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan menunjukkan nilai Estimate yang lebih rendah dari pengujian pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa sikap kerja memiliki peran dalam memediasi pengaruh tidak langsung modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan, namun lebih rendah hasilnya jika dibandingkan dengan pengaruhnya secara langsung.

7. Sikap kerja memediasi pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan

Penelitian ini mendukung hipotesis ketujuh yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sikap kerja memediasi pengaruh positif spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis ketujuh diperoleh parameter estimasi langsung yang didapat antara spiritualitas di tempat kerja dengan prestasi kerja karyawan yang menghasilkan nilai Estimate = 0,041, dimana nilai ini menunjukkan bahwa sikap kerja memiliki nilai yang positif setelah dilakukan pengujian sebagai variabel mediasi pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan.

Seorang karyawan yang memiliki spiritualitas di tempat kerja yang baik, maka akan menunjukkan sikap kerja yang baik dalam pekerjaannya. Hal ini karena ia merasa mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya dalam pekerjaan. Semakin baik sikap yang ditunjukkan oleh karyawan tersebut maka akan semakin meningkatkan prestasi yang didapatkannya sehingga membuat karyawan dapat melaksanakan tugas dengan baik dan mencapai prestasi kerja yang diharapkan. Seseorang yang memiliki sikap puas dan berkomitmen terhadap pekerjaannya dapat disebabkan karena memiliki makna dan tujuan bekerja serta merasa terhubung dengan komunitas dalam pekerjaan sehingga mampu menghasilkan sebuah prestasi dalam bekerja. Individu yang telah menemukan makna dan tujuannya dalam bekerja serta merasa terhubung dengan komunitas, maka ia akan lebih berkomitmen dan meningkatkan kontribusinya untuk organisasi sehingga prestasinya dalam bekerja juga akan meningkat.

Pengujian sikap kerja sebagai variabel mediasi pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan menunjukkan nilai Estimate yang lebih rendah dari pengujian pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa sikap kerja memiliki peran dalam memediasi pengaruh tidak langsung spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan, namun lebih rendah jika dibandingkan dengan pengaruhnya secara langsung.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dikaitkan dengan kajian teori serta tujuan penelitian yang ada maka dapat diambil simpulan sebagai berikut :

Modal psikologis yang terdapat pada diri seorang karyawan memiliki pengaruh positif terhadap sikap kerjanya dalam perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki modal psikologis yang baik cenderung merasa puas dan berkomitmen terhadap pekerjaan mereka. Semakin baik kondisi modal psikologis yang dimiliki seorang karyawan akan menjadikan sikap kerja yang dimilikinya menjadi lebih baik dalam bekerja. Salah satu faktor internal dalam diri karyawan yang dapat dikelola untuk mencapai prestasi kerja yang diinginkan adalah modal psikologis. Semakin baik kondisi modal psikologis pada diri karyawan maka prestasi kerjanya akan semakin meningkat. Modal psikologis menjadi salah satu faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan melalui prestasi kerja karyawannya.

Seseorang yang memiliki spiritualitas yang baik cenderung menampilkan sikap yang baik dalam kehidupannya. Karyawan yang memiliki spiritualitas yang baik ketika berada di tempat kerja cenderung menunjukkan sikap kerja yang baik, yaitu kepuasan atas pekerjaan yang mereka lakukan dan komitmen terhadap organisasi. Spiritualitas di tempat kerja memiliki manfaat dalam peningkatan prestasi/kinerja suatu organisasi. Penerapan spiritualitas di tempat kerja memberikan sumbangan untuk peningkatan hasil kerja yang dilakukan oleh karyawan. Semakin baik karyawan dalam mengelola spiritualitas yang dimilikinya saat berada ditempat kerja akan semakin meningkatkan prestasi kerja..

Sikap kerja dapat menjadi suatu hal yang dapat diperhatikan untuk meningkat tingkat prestasi kerja karyawan. Semakin baik sikap seorang karyawan yaitu rasa kepuasan dan komitmen terhadap organisasinya maka dapat meningkatkan prestasi kerjanya. Munculnya sikap kerja yang lebih baik dari karyawan akan mengarahkan pada prestasi kerja yang semakin meningkat. Sikap kerja memiliki peranan dalam memediasi pengaruh modal psikologis terhadap prestasi kerja karyawan. Seorang karyawan yang memiliki modal psikologis yang baik akan menunjukkan sikap kerja yang baik dalam pekerjaannya. Hal ini karena ia merasa mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya bekerja. Semakin baik sikap yang ditunjukkan oleh karyawan tersebut maka akan semakin meningkatkan prestasi yang didapatkannya sehingga membuat karyawan dapat melaksanakan tugas dengan baik dan mencapai prestasi kerja yang diharapkan.

Sikap kerja juga memiliki peranan dalam memediasi pengaruh spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan. Seorang karyawan yang memiliki spiritualitas di tempat kerja yang baik, maka akan menunjukkan sikap kerja yang baik dalam pekerjaannya. Hal ini karena ia merasa mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya dalam pekerjaan. Seseorang yang memiliki sikap puas dan berkomitmen terhadap pekerjaannya dapat disebabkan karena memiliki

makna dan tujuan bekerja serta merasa terhubung dengan komunitas dalam pekerjaan sehingga mampu menghasilkan sebuah prestasi dalam bekerja. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa sikap kerja memiliki peranan dalam memediasi pengaruh modal psikologis dan spiritualitas di tempat kerja terhadap prestasi kerja karyawan secara parsial, hasil menunjukkan dengan adanya efek mediasi nilai yang didapatkan lebih rendah dibandingkan dengan pengujian secara langsung.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian serta telah menarik kesimpulan, maka beberapa saran penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sebagai tempat bernaung bagi para karyawan harus senantiasa memperhatikan kondisi psikologis dan spiritualitas yang menjadi faktor internal dalam meningkatkan prestasi kerja karyawan. Tingkat optimisme karyawan dan rasa terhubung dengan komunitas harus lebih ditingkatkan dan dikelola dengan baik. Hal ini dilakukan dengan melihat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat beberapa item pernyataan dalam variabel modal psikologis yaitu optimisme dan spiritualitas di tempat kerja yaitu rasa terhubung dengan komunitas memiliki rata-rata jawaban yang kecil dibandingkan dengan item pernyataan lainnya.
2. Perusahaan harus selalu memberikan sarana yang memadai untuk mengelola modal psikologis dan spiritualitas yang dimiliki oleh para karyawan ketika berada di tempat kerja seperti kegiatan employee engagement (siraman rohani dan olah raga bersama) dan employee care (pemberian bantuan/santunan kepada keluarga karyawan) agar menjadikan karyawan memiliki efikasi diri, harapan, kehidupan batin serta rasa terhubung dengan perusahaan sehingga menghasilkan prestasi kerja yang diharapkan.
3. Karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia harus terus berupaya mengelola modal psikologis dan spiritualitas yang dimilikinya ketika berada di tempat kerja untuk mencapai prestasi kerja yang baik guna mendukung dan menjaga keberhasilan perusahaan sebagai 10 perusahaan top di Indonesia.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa item pernyataan dalam variabel sikap kerja yaitu kepuasan kerja karyawan yang memiliki nilai rata-rata terkecil dibandingkan dengan item pernyataan yang lainnya, sehingga para karyawan yang bekerja di 10 perusahaan top Indonesia 2014 versi Majalah Fortune Indonesia harus meningkatkan rasa kepuasan atas pekerjaan yang mereka lakukan untuk mendukung modal psikologis dan spiritualitas di tempat kerja yang dimiliki untuk mencapai prestasi kerja yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, N.J. dan Meyer, J.P. 1990. "The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization". *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1–18.
- Amalia, F. dan Yunizar. 2014. "Perilaku dan Spiritualitas di Tempat Kerja". *Jurnas Bisnis dan Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Padjajaran.
- Amato, Awal Dias. 2011. Hubungan Bimbingan di Industri Terhadap Sikap Kerja Siswa Kelas III Jurusan Teknik Kendaraan Ringan SMK N 1 Seyegan. Skripsi. Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ashmos, D.P. dan Duchon, D. 2000. "Spirituality at Work: A Conceptualization and Measure". *Journal of Management Inquiry*, Vol. 9 No. 2, 134-145. Sage Publications, Inc.
- Avey, J.B., Nimnicht, J.L. and Graber Pigeon, N. 2010. "Two Field Studies Examining the Association between Positive Psychological Capital and Employee Performance". *Leadership & Organization Development Journal*, 31, 384-401.
- Azmoodeh, M. dan Dizgah, M.R. 2015. "Effect of Psychological Capital on Employees' Job Performance in Forensic Medicine of Guilan, Mazandaran, and Golestan Provinces". *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*. TextRoad Publication.
- Beheshtifar, M. dan Zare, E. 2015. "Effect of Spirituality in workplace on Job Performance". *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 5, No. 2.
- Borman dan Motowidlo. 1993. "Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance", In N. Schmitt, W. C. Borman, & Associates (Eds.), *Personnel selection in organizations*, 71- 98. San Francisco, California: Jossey-Bass.
- Carpeter, M. T. B. dan Erdogan, B. 2009. *Principles Of Management*. 1sted, New York: Flat World Knowledge.
- Dachlan, Usman. 2014. *Panduan Lengkap Structural Equation Modeling Tingkat dasar*. Semarang: Lentera Ilmu.
- Fredrickson, B.L. 2001. "The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and build theory of positive emotions", *American Psychologist*, 56, 218–226.

- George dan Jones, 2005. *Understanding and Managing Organizational Behavior*. 4th Edition, Pearson Prentice Hall.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Giacalone, R.A. and Jurkiewicz, C.L. 2003. "Right From Wrong: The influence of Spirituality on Perceptions of Unethical Business Activities. *Journal of Business Ethics*, 46 (1), 85.
- Gonzalez, Santiago Melian. 2014. "An extended model of the interaction between work-related attitudes and job performance". *International Journal of Productivity and Performance Management. Economics and Business Management*, University of Las Palmas de Gran Canaria. Las Palmas de Gran Canaria, Spain.
- Hettiararchchi, H.A.H dan Jayaratnha, D.Y. 2014. "The effect of Employee Work Related Attitudes on Employee Job Performance: A Study of Tertiary and Vocational Education Sector in Sri Lanka". *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*. e-ISSN: 2278-487X, p- ISSN: 2319-7668. Volume 16, Issue 4.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan keenam belas. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Ikhtiangung, Ganjar Ndaru dan Pratiwi, Gemma Wahyu Intan. 2016. "Pengaruh Karakteristik Pekerjaan dan Modal Psikologi Terhadap Kepuasan Kerja untuk Meningkatkan Kinerja PNS di Sekretariat Daerah Kabupaten Blora. *Journal dand Proceedin*, Vol 6 No. 1. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman.
- Javanmard, Habibollah. 2012. "The Impact of Spirituality on Work Performance". *Indian Journal of Science and Technology*. Management Faculty, Islamic Azad University. Arak Branch, Iran.
- Kappagoda, U.W.M.R.S., Othman, H.Z.F., dan Alwis G.D. 2014(a). "The Impact of Psychological Capital on Job Performance in the Banking Sector in Sri Lanka". *International Journal of Arts and Commerce*.
- Kappagoda, U.W.M.R.S., Othman, H.Z.F., dan Alwis G.D. 2014(b). "Psychological Capital and Job Performance: The Mediating Role of Work Attitudes". *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 2, 102-116.
- Kusumah, Y.D., Suwarsi, S. dan Abdurrahman, D. 2017. "Pengaruh Kompetensi dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Hashi Ramen Bar dan Resto Cimahi". *Prosiding Manajemen*. Volume 3 No. 02. Universitas Islam Bandung.

- Luthans, F., Avolio, B.J., Avey, J.B. and Norman, S.M. 2007(a). "Positive Psychological Capital: Measurement and Relationship with Performance and Satisfaction". *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans, F., Youssef, C., M., & Avolio, B., J. 2007(b). *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. New York: Oxford University Press.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: Penerbit Refika Aditama.
- Nafei, Wageeh. 2015. "The Effects of Psychological Capital on Employee Attitudes and Employee Performance: A Study on Teaching Hospitals in Egypt". *International Journal of Business and Management*; Vol. 10, No. 3. Canadian Center of Science and Education.
- Nurtjahjanti, Harlina. 2010. "Spiritualitas Kerja Sebagai Ekspresi Keinginan Diri Karyawan untuk Mencari Makna dan Tujuan Hidup dalam Organisasi". *Jurnal Psikologi Undip*, Vol. 7, No. 1. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Oei, Istijanto. 2010. *Riset Sumber Daya Manusia*, Edisi keempat. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.
- Oktarisanto, Amos. 2005. *Pengaruh Sikap Kerja Karyawan Tingkat Supervisor Terhadap Prestasi Kerja pada CV Bintang Karya Putra*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga.
- Petchsawanga, Pawinee dan Duchon, Dennis. 2012. "Workplace Spirituality, Meditation, and Work Performance". *Journal of Management, Spirituality & Religion* 9:2 , pp. 189- 208; Management Department Faculty Publications University of Nebraska - Lincoln.
- Prakasa, Godi. 2017. *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi*. Tesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Pratama, Abdul Aziz Nugraha. 2014. "Pengaruh Spiritualitas, Intelegualitas, dan Profesionalisme Terhadap Kinerja Dosen STAIN Salatiga". *INFERENSI, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga
- Reichheld, F.F. 1993. "Loyalty-based management". *Harvard Business Review*, 71(2), 64–73.
- Riduwan, dan Akdon. 2013. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Cetakan Kelima. Bandung. Alfabeta.

- Robbins, Stephen P. & A. Judge, Timothy 2011. *Organizational behavior*. Fourteenth Edition. Pearson education. New Jersey 07458. 77-89*.
- Sekaran, Uma dan Bougie Roger. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta:Salemba Empat.
- Simarmata, N.IP., Kadiyono, A.L., Agustiani, A., dan Harding, D. 2017. "Job Performance Ditinjau dari Iklim Organisasi dan Nilai Budaya Suku Batak". *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sinaga, Utari Ketrina. 2014. *Pengaruh Penilaian Prestasi Kerja dan Kompetensi Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Bank Mandiri Retail Cabang Pusat Pasar Medan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Subakti, Agung Gita. 2013. "Pengaruh Motivasi, Kepuasan, dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan di Café X Bogor". *Binus Business Review*, Vol. 4 No. 2. Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Universitas Bina Nusantara.
- Sufya, Dina Haya. 2015. *Pengaruh Modal Psikologis, Budaya Organisasi dan Spiritualitas di Tempat Kerja Terhadap Organizational Citizenship Behavior*. Tesis. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Sugiyono. 2009. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Thayib, Christiananta B., Sulasmi S., Eliyana A. 2013. "Pengaruh Spiritual Leadership, Stres Kerja, dan Kompensasi terhadap Kepuasan dan Prestasi Kerja Social Worker Organisasi Sosial di Surabaya". *Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, Vol. 03, No. 01.
- Universitas Lampung. 2013. *Format Penulisan Karya Ilmiah Universitas Lampung*. Bandar Lampung, Penerbit Universitas Lampung.
- Van Scotter, J. R. and Motowidlo, S. J. 1996. "Interpersonal facilitation and job dedication as separate facets of contextual performance". *Journal of Applied Psychology*, 81 : 525- 531.
- Wei and Chu. 2008. "Empirical Study on the Correlation among Personality Traits, Work Attitudes, Service Quality, Job Performances and Customers' Satisfaction, A Financial Holding Company in Taiwan". *International Journal Lisrel*, 1(2), pp. 1-24.
- Werner, J. M. 2000. "Implications of OCB and contextual performance for human resource management". *Human Resource Management Review*, 10 (1): 245- 261..
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yogatama, L. A. M. dan Widyarini, N. 2015. "Kajian Spiritualitas di Tempat Kerja pada Konteks Organisasi Bisnis". *Jurnal Psikologi*, Volume 42, No. 1, 1–14.

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI ULANG KONSUMEN DI AMNESTI KOPI BANDAR LAMPUNG

Oleh :

Rivan Aji Putranto¹

Aida Sari²

Rinladi Bursan³

(Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung)¹

(Dosen Fakultas Eonomi Dan Bisnis Universitas Lampung)^{2, 3}

rivan.ajiputranto@students.unila.ac.id

aidasari@gmail.com

rbursan@gmail.com

ABSTRAK

Minum kopi telah menjadi gaya hidup, membuat bisnis kedai kopi berkembang dengan cepat. Amnesti Kopi, kedai kopi lokal memasuki pasar Lampung dan menjadi pilihan banyak konsumen. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen terhadap suatu produk. Objek penelitian yang digunakan adalah kedai kopi Amnesti Kopi yang berada di Bandar Lampung.

Sampel penelitian ini adalah konsumen amnesti kopi Bandar Lampung, sejumlah 100 orang. Metode yang dipakai adalah regresi linier berganda yang dijalankan dengan perangkat lunak SPSS 21 for Windows, hasil uji tersebut digunakan untuk menganalisis data. Dimensi yang dipakai pada variabel kualitas pelayanan adalah keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti langsung, dan empati. Dan kualitas Produk.

Hasil studi pada Amnesti Kopi menunjukkan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen. Variabel yang paling berpengaruh pada penelitian ini adalah variabel kualitas produk. Sedangkan variable yang kurang berpengaruh adalah variable kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang, Amnesti Kopi

THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICES AND QUALITY OF PRODUCTS TO INCREASE THE INTEREST OF RE-BUYING CONSUMERS IN AMNESTI COFFEE BANDAR LAMPUNG

By :

Rivan Aji Putranto¹

Aida Sari²

Rinladi Bursan³

*(Alumni of the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)¹
(Lecturer at the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)^{2,3}*

rivan.ajiputranto@students.unila.ac.id

aidasari@gmail.com

rbursan@gmail.com

ABSTRACT

Drinking coffee has become a lifestyle, making coffee shop businesses grow rapidly. Amnesty Kopi, a local coffee shop brand entered the Lampung market and became the choice of many consumers. This study is intended to analyze the effect of service quality and product quality on consumers' repurchase interest in a product. The research object used was Amnesty Kopi coffee shop located in Bandar Lampung.

The sample of this study is a consumer Amnesty Kopi Bandar Lampung, a total of 100 people. The method used is multiple linear regression run with SPSS 21 for Windows software, the test results are used to analyze data. The dimensions used in service quality variables are reliability, responsiveness, assurance, direct evidence, and empathy. The perceived quality is used by Amnesty Kopi product quality variables in the form of drinks.

The results of the study at Amnesty Kopi Coffee showed that the quality of service and the quality of products provided gave an influence on consumers' buying interest. the most influential variable in study is the product quality variable. While the less influential variable is service quality variable.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Repurchase Interest, Amnesty Kopi

PENDAHULAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan bisnis di Indonesia yang sangat cepat mendorong perusahaan untuk mampu bersaing dalam setiap aktivitas pemasaran produk dan jasa. Kegiatan pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan usaha, mengingat orientasinya dalam memberikan nilai kepada konsumen. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi, apabila pelaku usaha tersebut tidak mengikuti perubahan yang terjadi maka akan berdampak pada keberlangsungan usahanya. Salah satunya perubahan yang terjadi di era modern sekarang yaitu menikmati kopi tidak hanya berdiam saja di rumah melainkan bisa di nikmati disebuah coffee shop, cafe, dan lain sebagainya.

Provinsi Lampung memang terkenal dengan budi daya kopi. Masyarakat Lampung itu sendiri menyadari bahwa rasa dan keharuman kopi lampung yang memang memiliki ciri khas tersendiri. Hasil pengamatan di Bandar Lampung sendiri sudah banyak coffee shop yang berkembang di Bandar Lampung. Berikut data coffee shop di Bandar Lampung :

Tabel 1. Nama-Nama Coffee Shop di Kota Bandar Lampung

No	Nama <i>coffee shop</i>	Lokasi <i>coffee shop</i>
1.	<i>Coffee Paste</i>	Kemiling
2.	<i>N8 Coffee</i>	Kedaton
3.	Keiko Bahabia	Sukarame
4.	<i>Coffee Kiyō</i>	Palapa
5.	<i>The Coffee</i>	Pahoman
6.	<i>Dr Coffee</i>	Z.A. Pagar Alam
7.	<i>IC Coffee</i>	Teluk Betung
8.	Amnesti Kopi	Teluk Betung
9.	<i>Sinia Coffee</i>	Kartini
10.	Flamboyan	Enggal

Sumber: <http://yopiefranz.com/2016/10/15-tempat-ngopi-di-bandar-lampung/15>
Januari 2018

Menunjukkan nama dan lokasi *coffee shop* yang ada di Bandar Lampung, salah satunya Amnesti Kopi. Amnesti Kopi berdiri sejak Januari 2016, pemilik *coffee shop* ini adalah Wildy. Amnesti Kopi menyediakan berbagai kopi dari lokal Lampung, nasional, dan luar negeri. Kopi yang disediakan untuk konsumen memiliki kopi yang berkualitas dan ternama, pemilik juga sering mengikuti *workshop* keluar kota untuk melihat kualitas kopi dari luar Negeri maupun dalam Negeri.

Amnesti Kopi berusaha untuk memberikan pelayanan jasa dan produk sebagai suatu strategi bersaing, mengingat persaingan pasar yang semakin kompetitif. Menurut Kotler (2005)

dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Berikut data penjualan Kopi di Amnesti Kopi:

Tabel 2. Data Penjualan Kopi di Amnesti Kopi Tahun 2017/2018

No.	Keterangan (Bulan)	Jumlah Pendapatan (Rp)
1.	Juni	9.250.00
2.	Juli	9.300.00
3.	Agustu	9.000.00
4.	Septemb	9.400.00
5.	Oktober	9.150.00
6.	Novemb	9.500.00
7.	Desembe	9.200.00
8.	Januar	9.350.00
9.	Februar	9.100.00
10.	Mare	9.550.00
11.	Apri	9.450.00
12.	Mei	9.300.00

(Sumber: Hasil data penjualan kopi di coffee shop Amnesti Kopi, 2017/2018)

Tabel ini menunjukkan jumlah penjualan kopi yang meningkat setiap bulannya, penjualan kopi pada tahun tersebut tidak banyak perubahan yang signifikan setiap bulannya jadi dapat disimpulkan bahwa harus lebih di optimalnya system baru yang telah dijalankan oleh pihak manajemen *coffee shop* pada saat ini. Pihak manajemen harus bisa memberikan keyakinan kepada konsumen atau *customer* agar bisa kembali melakukan pembelian di kedai tersebut dan harus bisa mengevaluasi sistem yang telah ada agar *coffee shop* ini dapat meningkatkan volume penjualan ke depannya.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Amnesti Kopi?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen di Amnesti kopi

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada konsumen di Amnesti Kopi.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang pada konsumen di Amnesti Kopi.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulannya yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen (Lovelock, 2007). Menurut (Zeithaml, 2006) kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan yang dirasakan konsumen atas suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan menurut Wyckoff (dalam Tjiptono, 2000) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan atau konsumen. Demikian terdapat faktor utama kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas pelayanan merupakan instrumen yang digunakan oleh pelanggan untuk menilai baik atau tidaknya sebuah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. mengidentifikasi 5 (lima) dimensi pokok tentang kualitas pelayanan. Dimensi pokok tersebut adalah :

- a. Bukti Fisik (*Tangible*)
Berfokus pada elemen-elemen fisik, meliputi: fasilitas fisik, sarana komunikasi. Perlengkapan dan peralatan, serta penampilan pegawainya.
- b. Keandalan (*Reliability*)
Adanya kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan akurat, memuaskan, dan tepat waktu.
- c. Ketanggapan (*Responsiveness*)
Keinginan para staf dalam membantu para pelanggan dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap serta memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan.
- d. Jaminan (*assurance*)
Upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal.
- e. Empati (*empathy*)
Perhatian yang dilaksanakan secara pribadi atau individu terhadap pelanggan dengan menempatkan dirinya pada situasi pelanggan.

2.2 Kualitas Produk

Produk didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler, 2006). Sedangkan kualitas produk yaitu kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mempunyai keandalan atau kemajuan, kemudahan dalam pengemasan dan penggunaan dan ciri-ciri lainnya (Kotler dan Armstrong, 1997).

Menurut Garvin (dalam Garperz, 1997), mengidentifikasi tiga dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk menganalisa karakteristik kualitas suatu barang, yaitu sebagai berikut:

- a. Performa (*performance*)
Performa berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan oleh pelanggan saat hendak membeli suatu produk.

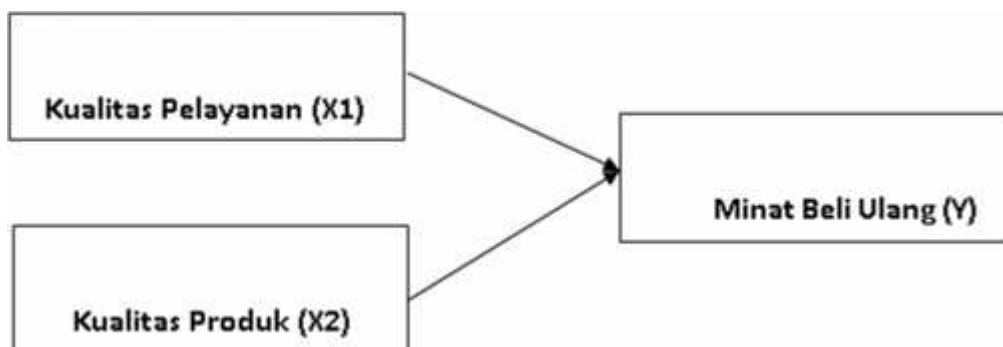
- b. Estetika (*aesthetics*) Estetika adalah karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi atau pilihan individual. Demikian, estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan perasaan pribadi dan karakteristik tertentu.
- c. Kualitas yang Dipersepsikan (*Perceived quality*) Karakteristik ini bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk, seperti meningkatkan harga diri. Hal ini juga berupa karakteristik yang berkaitan dengan reputasi (*brand name-image*).

2.3 Minat Beli Ulang

Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Tingginya minat beli ulang tersebut akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan produk dipasar. Minat beli ulang adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon positif terhadap kualitas produk atau jasa dari suatu perusahaan dan berniat mengkonsumsi kembali produk perusahaan tersebut (Cronin, et al, 1992)

Minat beli ulang merupakan bagian dari perilaku pembelian, yang selanjutnya akan membentuk loyalitas dalam diri konsumen. Selain itu, pelanggan yang memiliki komitmen pada umumnya lebih mudah menerima perluasan produk baru yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Kesesuaian performa produk dan jasa yang ditawarkan dengan yang diharapkan konsumen akan memberikan kepuasan dan akan menghasilkan minat beli ulang konsumen di waktu yang akan datang.

2.4 Model Penelitian



H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen di Amnesti Kopi.

H2 : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang konsumen di Amnesti Kopi.

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling, dimana tidak semua anggota populasi dalam posisi yang sama-sama memiliki peluang untuk dipilih menjadi sampel, dengan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Perhitungan hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, usia mayoritas responden 17-22, konsumen yang pernah melakukan pembelian pada amnesti kopi lebih dari dua kali sebesar 100%,

4.2 Hasil uji regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error	
	1	(Constant)	2,880	1,184		2,432
	X1	0,226	042		5,380	005
	X2	0,721	081	0,146	8,932	000

Berdasarkan hasil pengolahan data, persamaan regresi dalam penelitian ini adalah persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 2,880 artinya jika semua variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) maka variabel minat beli ulang (Y) bernilai sebesar 2,880. Berdasarkan nilai-nilai tersebut, maka diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut:

Dari persamaan rumus Regresi Linier Berganda diperoleh:

$$Y = 2,880 + 0,146 X1 + 0,671 X2 + e$$

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi standarlized adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta di atas adalah sebesar 2,880. Angka tersebut merupakan variabel kualitas pelayanan (X1) tersebut memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang (Y) amnesti kopi. Hal ini menunjukkan bahwa dengan hasil dari kualitas pelayanan, maka akan terjadi peningkatan minat beli ulang sebesar 0,671 dan begitu sebaliknya.
2. Koefisien regresi () X2 sebesar 0,146. Angka tersebut merupakan variabel kualitas produk (X2) memiliki pengaruh positif terhadap minat beli ulang (Y) amnesti kopi. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen membeli produk di amnesti kopi makan akan terjadi peningkatan pembelian ulang sebesar 0,146 dan begitu sebaliknya.

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui bahwa semakin tinggi nilai variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas Produk serta semakin rendah nilai maka nilai variabel dependen yaitu minat beli ulang akan semakin meningkat.

4.3 Hasil uji regresi (koefisien determinasi)

Model		R	Adjusted R	Std. Error of						
		Square	Square	the Dependent Variable	R Square	F	df1	df2	Sig.	
1		.677 ^a	.458	.447	1.39419	.458	41,066	2	97	.000

Berdasarkan tabel diatas. diketahui besarnya nilai koefisien determinasi atau pengaruh inovasi produk terhadap niat penggunaan ditunjukkan oleh nilai R^2 (*R Square*) yaitu sebesar 0,458. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen dimensi yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) mampu menjelaskan variabel minat beli ulang (Y).

4.4 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159,644	2	79,822	41,066	.000 ^b
	Residual	188,546	97	1,944		
	Total	348,190	99			

Hasil Uji F dalam penelitian ini didapatkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $41,066 > 3,09$ dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel minat beli ulang (Y) Amnesti Kopi.

4.5 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Variabel Bebas		t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Hipotesis
Kualitas Pelayanan	(X1)	5,380	1,984	,005	Diterima
Kualitas Produk	(X2)	8,932	1,984	,000	Diterima

Berdasarkan tabel di atas, hasil perhitungan pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $5,380 > 1,984$ dengan angka signifikansi sebesar $0,005 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang di amnesti kopi.

Hasil perhitungan pada variabel kompatibilitas (X2) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $8,932 > 1,984$ dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang di amnesti kopi.

4.6 Pembahasan

Secara berkesinambungan dapat dikatakan bahwa variabel dimensi dari kualitas pelayanan, kualitas produk, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli ulang di amnesti kopi. Berikut pembahasan dalam penelitian ini :

1. Berdasarkan hasil hitung data responden dalam uji koefisien regresi menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan bahwa responden pada umumnya setuju dengan item pernyataan “Cafe amnesti kopi memiliki fasilitas fisik pendukung, seperti kamar kecil, ruang pelayanan yang nyaman dan bersih” dan memiliki nilai indikator tertinggi. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Laurensia Vinda W yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki dampak positif terhadap minat beli ulang.
2. Berdasarkan hasil hitung data responden dalam uji koefisien regresi menyatakan variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Hasil tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Produk bahwa responden pada umumnya setuju dengan item pernyataan “Saya merasa di Cafe amnesti kopi produk lokal yang mempunyai cita rasa yang baik” dan memiliki nilai indikator tertinggi. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti. yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki dampak positif terhadap minat beli ulang.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, Semakin tinggi nilai variabel independen

yaitu kualitas pelayanan, Kualitas produk, maka nilai variabel dependen yaitu minat beli ulang akan semakin meningkat.

2. Hasil analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan, Kualitas produk, memberikan pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang .
3. Pengaruh terbesar terdapat pada variabel kualitas produk yang dihitung dari data responden menjawab setuju lebih banyak karena hal ini membuktikan bahwa kualitas produk yang diberikan oleh amnesti kopi yaitu produk yang berkualitas.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka saran yang diajukan oleh peneliti yang dapat dijadikan acuan sesuai dengan hasil penelitian, yaitu:

1. Pada variabel kualitas pelayanan, responden dominan menjawab setuju dan sangat setuju akan tetapi terdapat responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju hal tersebut mengidentifikasi bahwa amnesti kopi perlu meningkatkan upaya kepada konsumen agar lebih meningkatkan kualitas layanan mereka.
2. Pada variabel kualitas produk, responden dominan menjawab setuju dan sangat setuju akan tetapi terdapat responden yang menjawab tidak setuju hal tersebut mengidentifikasi bahwa perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk yang akan disajikan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Agus W., Soehadi. 2005. *Effective Branding*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.

Aju Brahma Ratih, Ida. 2006. "Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan dan Sumberdaya.

Amstrong, G. & Kotler. P. 1997. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Cetakan pertama. Jakarta: Erlangga.

Assegaff, Mohammad. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10. No. 2. Juli. Unisulla Semarang. Semarang.

Atmodjo, Marsum W. (2005). "Restoran dan Segala Permasalahannya". Yogyakarta: Andi.

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Cronin, J. Joseph dan Steven A. Taylor. 1992. "Measuring services quality : a reexamination and extension." *Journal of Marketing*, Vol. 56 July 1992) : 55-68. Eksistensi Merek pada Produk Merek "Lifebouy" di Surabaya."
- Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol. 4 (1). Hal . 47-70. for Assessing Electronic Service Quality"". *Journal of Retailing*, Vol. 64 Spring : 12-40.
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS". Semarang. Badan penerbit Universitas Diponegoro. *Integrating Customer Focus Accross The Firm 4th Edition*". New York:McGraw Hill.
- Hurlock, E.B. 1991. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip and Keller, Kevin L. 2009. "Marketing Management". Edition. (Bob Sabran. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Kusumah, Wijaya dan Dedi Dwitagama. 2010. *Mengenal Penelitian Tindakan Kelas*. Jakarta: PT INDEKS.
- Lindawati. 2005. "Analisis Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, dan Asosiasi Merek dalam
- Lovelock.C dan Lauren K. Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widyanoro, Cetakan Kedua, Jakarta; PT. INDEKS. *Manusia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan PT Asuransi Jiwasraya*". Surabaya : Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya.
- Parasuraman, A., VA Zeithaml, dan L.L. Berry. 1988. „SERVQUAL : A Multiple- Item Scale
- Rahmawati, F. 2008. *Hubungan Sikap Terhadap Iklan Komparatif Produk Simcard dengan Intensi Membeli pada Remaja Akhir*. Skripsi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sekaran, Uma. (2006). "Research Method for Bussines", *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. (Kwan Men Yon. Terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2000. "Service, Quality, and Satisfaction". Yogyakarta:Andi Offset.
- Tse dan Wilton (1988). "Kepuasan Pelanggan". jilid 2. Edisi ketiga. Klaten : PT. Indeks.

Yamit, Zulian dan Djoko Subroto. 2004, Pengaruh Kinerja Pelayanan Apartur
Kepolisian terhadap Kepuasan Masyarakat, SINERGI Vol 7 No. 1, 2004.

Yuliansyah, 2017, Motivasi Remaja Mengunjungi Kedai Kopi Kelas Menengah Di
Bandar Lampung.

Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, dan Dwayne D. Gremler. 2006. "Service Marketing-

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF
PADA PELANGGAN SWALAYAN SURYA TIRTAYASA
BANDAR LAMPUNG**

Oleh :

**Della Melysa¹
Driya Wiryawan²
Afri Aripin³**

*(Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung)
(Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Lampung)*

della.melysa@students.unila.ac.id
driyawiryawan@gmail.com
afriaripin@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu industri yang sangat berkembang saat ini yaitu industri ritel, yang semakin hari persaingannya semakin kompetitif. Banyaknya industri ritel saat ini menyebabkan masyarakat memiliki lebih banyak alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan tidak mengetahui bagaimana cara pemasaran yang tepat, maka memungkinkan perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk dapat menjangkau konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi penjualan yang terdiri dari potongan harga, muatan ekstra dan beli 1 gratis 1 terhadap pembelian impulsif pada pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung. Metode analisis statistik yang digunakan adalah regresi linier berganda, pengujian signifikan simultan (uji F), pengujian signifikan parsial (uji t), dan analisis koefisien determinasi (Adjusted R²). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Potongan Harga (X₁), Muatan Ekstra (X₂) dan Beli 1 gratis 1 (X₃) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Pembelian Impulsif (Y) pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa Bandar Lampung.

Kata kunci : Promosi penjualan, Pembelian impulsive

**THE EFFECT OF SALES PROMOTION ON PURCHASING IMPULSIF
ON CUSTOMER SWALAYAN SURTA TIRTAYASA
BANDAR LAMPUNG**

By :

**Della Melysa¹
Driya Wiryawan²
Afri Aripin³**

*(Alumni of the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)¹
(Lecturer at the Faculty of Economics and Business, University of Lampung)^{2,3}*

della.melysa@students.unila.ac.id

driyawiryawan@gmail.com

afriaripin@gmail.com

ABSTRACT

One industry that is growing today is the retail industry, which is the day the competition is getting competitive. The number of retail industry today causes people have more alternatives to meet their needs. If the company is not sensitive to what is needed by consumers and do not know how the right marketing, it enables the company will lose a lot of opportunities to be able to attract customers. This study aims to determine how the influence of sales promotion consists of discount, bonus pack and buy 1 get 1 free on impulse purchases at the customers Supermarket Surya Tirtayasa Bandar Lampung. The sampling method in this study using purposive sampling method. The population in this study is the visitors Supermarkets Surya Tirtayasa Bandar Lampung. Statistical analysis method used is multiple linear regression, simultaneous significant testing (test F), significant testing partially (t test), and coefficient of determination (adjusted R²). The results showed that: Discount (X₁), Bonus Pack (X₂) and the Buy 1 Get 1 Free (X₃) has a significant influence on Impulsive Purchases variable (Y) customers Supermarkets Surya Tirtayasa Bandar Lampung.

Keywords: Sales promotions, impulse buying

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era perdagangan bebas yang serba modern seperti saat ini, tingkat persaingan bisnis yang tinggi membuat perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan dan memenangkan persaingan pasar serta memperluas eksistensinya. Industri sejenis akan selalu berusaha memperebutkan pasar yang sama. Salah satu industri yang sangat berkembang saat ini yaitu industri ritel, yang semakin hari persaingannya semakin kompetitif. Imbas dari persaingan itu tentunya sangat jelas dimana konsumen kemudian menjadi semakin kritis memilih yang terbaik dan paling menguntungkan. Banyaknya industri ritel saat ini menyebabkan masyarakat memiliki lebih banyak alternatif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Beberapa contoh perusahaan retail adalah minimarket, supermarket, shopping center, mall dan department store. Seperti yang diungkapkan Kotler dan Amstrong (2003:51) Usaha eceran (Retail) adalah suatu usaha yang kegiatannya menyangkut penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen untuk penggunaan pribadi dan non-bisnis.

Berbagai kebutuhan pribadi dan rumah tangga tersedia di berbagai toko ritel, terutama di Bandar Lampung mulai dari makanan, minuman, pakaian, perlengkapan rumah tangga, aksesoris, dan lain-lain. Hal ini dilakukan untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan konsumen agar mampu bersaing dengan toko ritel lainnya. Kesamaan produk ini menuntut pelaku usaha ritel untuk dapat memberikan upaya tambahan demi menjaga loyalitas pelanggan agar mampu bertahan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu untuk mengatasi perilaku pembelian konsumen yang sangat variatif, maka perusahaan perlu sedini mungkin mengidentifikasi sikap konsumen atas keputusan pembelian produk yang hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat sehingga tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat tercapai.

Pemasaran menurut Kotler (2012:9) adalah proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Dapat dikatakan, pemasaran merupakan hal yang sangat penting seiring dengan semakin tinggi dan meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan tidak mengetahui bagaimana cara pemasaran yang tepat, maka memungkinkan perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk dapat menjangkau konsumen. Oleh karena itu, diperlukan pengetahuan mengenai perilaku konsumen yang unik guna mendulang kesuksesan.

Swalayan Surya Tirtayasa Bandar Lampung

Salah satu dari banyak ritel yang ada di Bandar Lampung ialah Swalayan Surya Tirtayasa, yang merupakan swalayan lokal yang beralamat di Jalan Pulau Tirtayasa, Sukabumi, Bandar Lampung merupakan ritel yang masuk dalam golongan Supermarket. Swalayan Surya Tirtayasa sendiri hingga kini telah memiliki 6 gerai yang tersebar di seluruh penjuru kota Bandar Lampung.

Swalayan Surya Tirtayasa menyediakan berbagai kebutuhan seperti makanan, sayuran, buah dan ikan segar, pakaian, aksesoris, sepatu, tas, perlengkapan kantor, perlengkapan sekolah, perlengkapan kecantikan, perlengkapan bayi, hingga perlengkapan rumah tangga.

Peneliti memilih Swalayan Surya Tirtayasa karena dinilai mampu bersaing dengan minimarket lain bahkan yang telah bertaraf nasional. Selain itu, Swalayan Surya Tirtayasa juga menyediakan berbagai kebutuhan yang tidak disediakan minimarket lain seperti sayuran segar dan ikan segar setiap harinya. Swalayan Surya Tirtayasa berusaha mengikat pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, kebersihan lokasi, layanan parkir gratis, dan tentunya berbagai promosi penjualan. Beberapa promosi yang dilakukan oleh Swalayan Surya adalah :

- a. Super Hemat : Merupakan pemberian potongan harga langsung dengan harga lebih rendah daripada harga asli pada barang kebutuhan sehari-hari.
- b. Family pack : Merupakan produsen penawaran tambahan kuantitas produk kepada pelanggan
- c. Paket Hemat : Penawaran tambahan produk gratis dengan harga normal kepada pelanggan atas pembelian yang dilakukan tanpa syarat apapun.

Pembelian Impulsif

Pengertian pembelian impulsif menurut Bayley dan Nancarrow dalam G.Muruganatham & Bhakat (2013: 150) ialah perilaku pembelian yang tiba-tiba, menarik, dan hedonis, di mana kecepatan proses keputusan impulsif menghalangi pertimbangan pertimbangan dan pilihan informasi alternatif yang bijaksana dan disengaja. Perilaku hedonic yang dimaksud itu sendiri ditandai dengan kesenangan, berbeda dengan perilaku utilitarian dimana pembeli mencari manfaat fungsional dan nilai ekonomis dalam proses belanja. Sehubungan dengan itu, maka perilaku pembelian impulsif atau impulse buying adalah perilaku orang dimana orang tersebut tidak merencanakan sesuatu dalam berbelanja.

Menurut Wansik dalam Dawson, Sandy, dan Minjeong Kim (2009:22), pembelian impulsif oleh konsumen disebabkan oleh 2 faktor yakni internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri yang menyangkut proses berfikir dan kondisi emosional individu. Pada jurnal yang ditulis oleh Dawson, Sandy, dan Minjeong Kim (External and Internal Trigger Cues of Impulse Buying Online : An International Journal) dijelaskan bahwa faktor Internal yang memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian impulsif atau Impulse Buying Tendency (IBT) yang terjadi pada seseorang terdiri dari aspek afektif dan kognitif seseorang. Keadaan yang emosional, mood, dan perasaan seseorang adalah faktor yang termasuk dalam aspek afektif seseorang. Sedangkan aspek kognitif yang memicu seseorang melakukan pembelian impulsif mengacu pada bagaimana konsumen mengerti produk, memikirkan dan menginterpretasikan produk, dan dapat mengakibatkan kecenderungan pembelian yang tidak terencana, memperkecil kemungkinan untuk mempertimbangkan, dan mengabaikan konsekuensi. Konsumen yang lebih mementingkan aspek afektif daripada aspek kognitifnya dalam melakukan pembelian, memiliki kecenderungan lebih besar dalam melakukan pembelian impulsif.

Sedangkan faktor eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah isyarat pemasaran dan stimulus yang dikendalikan oleh pemasar, dalam upaya untuk meningkatkan minat belanja konsumen.

Menurut Albertini, 2000; Maridor Leblanc, 1989; Spies et al, 1997; Trigueiro de Almeida, 1992; dan Youn dan Faber, 2000 dalam Kchaou & Amara (2014:361) Beberapa penelitian pada pembelian impulsif, terutama kualitatif, menyatakan bahwa harga dan promosi penjualan menjadi faktor pendorong utama dalam konsumen melakukan pembelian impulsif. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis akan berkonsentrasi pada promosi penjualan yang merupakan faktor eksternal yang mempengaruhi pembelian impulsif. Sedangkan promosi penjualan adalah kegiatan intensif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Promosi dalam konteks ritel yang digunakan berupa potongan harga, muatan ekstra, dan Paket harga yang dalam hal ini termasuk Beli 1 gratis 1 sehingga dapat menimbulkan kecenderungan timbulnya perilaku pembelian impulsif.

Promosi penjualan

Menurut Dawson & Kim (2009:23) potongan harga dan pemberian bonus merupakan promosi penjualan yang paling dominan digunakan pada penjualan online maupun offline. Promosi penjualan yang efektif meningkatkan nilai dasar dari sebuah produk untuk waktu yang terbatas dan langsung merangsang pembelian konsumen. Salah satu keuntungan dari promosi adalah bahwa hal itu dapat merangsang konsumen untuk berpikir dan mengevaluasi merek kemudian meningkatkan kemungkinan membeli. Fenomena ini menunjukkan bahwa beberapa konsumen mudah tergoda ketika mereka melihat promosi penjualan.

Selain penurunan harga, kupon atau rabat dan alat-alat promosi lainnya seperti sampel gratis, paket bonus dan paket harga yaitu beli 1 gratis 1 membuat konsumen membeli lebih dari yang mereka rencanakan. Berbagai alat promosi penjualan yang dipilih untuk penelitian ini adalah:

1. Potongan Harga : Dalam penawaran diskon harga, produk tersebut dijual dengan harga lebih rendah dari harga asli (contoh : Rp5000 menjadi Rp4300 pada produk sabun lifebuoy atau discount 50% pada produk roti)
2. Muatan Ekstra : Pada promosi ini, Merupakan produsen penawaran tambahan kuantitas produk yang sama kepada pelanggan. (contoh : extra 20% produk, dapatkan 125 gram produk dengan harga sama dengan 100 gram)
3. Beli 1 gratis 1 : Pelanggan mendapatkan penawaran gratis produk yang sama dengan produk yang sudah ada. (contohnya : beli 1 produk tissue paseo gratis 1 produk tissue paseo)

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Potongan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung?
2. Apakah Muatan Ekstra memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung?
3. Apakah Beli 1 gratis 1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung?

TINJUAN PUSTAKA

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Pemasaran

Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinikan pemasaran sebagai satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. (Kotler dan Keller, 2012: 6)

Menurut Kotler dan Keller (2012:8) pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti berikut : kebutuhan (needs), keinginan (wants), dan permintaan (demands) ; produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, biaya dan kepuasan ; pertukaran dan transaksi ; hubungan dan jaringan ; pasar ; serta pemasar dan prospek. Berdasarkan definisi diatas dapat diterangkan bahwa arti pemasaran jauh lebih luas dari sekedar penjualan. Pemasaran menyangkut usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen sampai dengan menentukan cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut. Jadi kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang berhubungan dengan sistem.

2. Promosi

Pada dasarnya, promosi adalah suatu kegiatan untuk memberitahukan dan menawarkan suatu produk atau jasa pada konsumen untuk dapat digunakan atau dikonsumsi. Dengan begitu, diharapkan penjual dapat mendapatkan keuntungan lebih besar guna kemajuan usaha atau perusahaan. Menurut kotler & keller (2009:32) promosi adalah sarana yang digunakan untuk perusahaan dalam upaya menginformasikan, membujuk, mengingatkan, konsumen secara langsung ataupun tidak langsung tentang produk atau merek yang mereka jual. Dalam melakukan kegiatan promosi juga diperlukan alat-alat promosi atau dapat disebut bauran promosi (Promosi Mix). Menurut kottler & keller (2009: 24) bauran promosi merupakan tugas dari perusahaan untuk mendistribusikan total anggaran produksi melalui 5 alat promosi yaitu :

1. Iklan (Advertising) : adalah semua bentuk penyajian non personal berupa penyajian ide, barang atau jasa yang berbayar dengan sponsor tersebut
2. Promosi penjualan (Sales Promotion) : merupakan berbagai jenis insentif jangka pendek untuk mendorong minat pembelian produk terhadap konsumen.
3. Publikasi (Public relation and publisitas) : berbagai program untuk mempromosikan dan untuk melindungi citra perusahaan atau produk individualnya
4. Penjualan personal (Personal selling) : suatu bentuk interaksi pribadi langsung antara penjual dengan calon pembeli. Penjual melakukan presentasi kepada pembeli untuk menjawab dan menerima pesan dari konsumen.
5. Direct marketing: hubungan langsung dengan konsumen individual ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respon segera dari pelanggan.

3. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah salah satu dari bagian bauran promosi (Promotion mix) yaitu Produk, Price, Place dan Promotion. Menurut Kotler dan Keller (2012:219) promosi penjualan (sales promotion) merupakan bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasikan pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan.

Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu langsung dan melalui media massa. Kegiatan promosi yang dilakukan berfungsi untuk menyebar luaskan informasi dan mendapatkan perhatian (attention), menciptakan dan menumbuhkan keinginan (desire), serta mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Sejumlah strategi promosi mencoba membangun permintaan primer. Sedangkan sebagian besar strategi promosi berupaya merangsang permintaan selektif yaitu keinginan untuk mendapatkan suatu merek tertentu. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan sesuai dengan tujuan yang dikehendaki sehingga dapat membantu perusahaan mencapai tujuannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2003: 174) tujuan promosi penjualan sangat luas penjual bisa menggunakan promosi konsumen tujuannya adalah untuk menarik konsumen agar mau mencoba produk baru, memancing konsumen agar meninggalkan produk pesaing, atau untuk membuat konsumen meninggalkan produk yang sudah matang, atau menahan dan memberi penghargaan pada konsumen yang loyal. Tujuan promosi dagang mencakup : membuat pengecer mendagangkan produk baru dan memberi ruang lebih banyak untuk persediaan, membuat mereka membeli di muka. Alat-alat promosi penjualan menurut Kotler dan Armstrong (2003:662) adalah:

1. Contoh produk (sample) adalah tawaran produk tertentu untuk percobaan.
2. Kemasan dengan harga potongan (price packs) adalah potongan harga yang ditandai oleh produsen secara langsung pada label atau kemasan. Ada yang berupa kemasan yang dijual dengan potongan harga.
3. Muatan Ekstra (premiums) adalah tambahan yang ditawarkan gratis atau dengan harga murah sebagai sebuah insentif bagi pembelian sebuah produk.
4. Diskon adalah pengurangan langsung terhadap harga atas pembelian selama satu periode tertentu.

5. Barang gratis adalah memberi tambahan barang kepada para konsumen, apabila mereka membeli sejumlah tertentu (beli 2 gratis 1/ beli 1 gratis 1).

4. Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007: 6) perilaku konsumen adalah cara individu dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi 2 yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irrasional. Berikut ini beberapa ciri-ciri dari perilaku konsumen yang bersifat rasional :

1. konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan.
2. Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen.
3. Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin
4. Konsumen memilih barang yang harganya sesuai dengan kemampuan konsumen.

Beberapa ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat irrasional :

1. Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik.
2. Konsumen memiliki barang-barang bermerek yang sudah dikenal luas.
3. Konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau prestise.

5. Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2012:166) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian.

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu produk guna memenuhi keinginan serta kebutuhannya. Perilaku pilihan terhadap barang atau jasa tersebut dilakukan konsumen sebagai masalah yang disebabkan timbulnya suatu kebutuhan.

Menurut Engel J.F et.al , (2011: 150) dalam mengambil keputusan konsumen, setiap konsumen memiliki peranan seperti :

1. Inisiator (initiator) yaitu seorang inisiator dari proses pembelian
2. Pemberi pengaruh (influencer) yaitu individu yang opininya sangat dipertimbangkan di dalam pilihan yang dievaluasi dan dipilih.
3. Pengambil keputusan (decider) yaitu orang dengan wewenang atau kekuasaan untuk mendikte pilihan akhir.
4. Pembeli (Buyer) yaitu agen pembeli
5. Pemakai (User) yaitu konsumen actual

Kelima peranan tersebut tidak selalu dilakukan oleh konsumen dalam pembelian. Tidak dilaksanakannya beberapa tahap dari proses produk tersebut, mungkin terjadi pada sifat pembelian emosional. Diantara peran dalam pembelian diatas yang terpenting adalah peranan ketiga yaitu pengambil keputusan. Pada saat konsumen membeli sebuah produk, umumnya konsumen mengikuti suatu proses atau tahapan dalam pengambilan keputusan.

Gambar 1. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen



Sumber :Kotler dan Keller (2012: 185)

Berdasarkan Gambar 1. proses pengambilan keputusan terbagi menjadi lima tahap yaitu :

1. Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan aktualnya dengan keadaan yang diinginkannya. Para pemasar menggunakan tenaga penjualan, iklan, dan pengemasan untuk membantu membangkitkan pengenalan akan kebutuhan konsumen.

2. Pencarian Informasi

Setelah konsumen yang terangsang kebutuhannya, konsumen akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Orang lebih peka terhadap informasi produk. Selanjutnya orang mulai aktif mencari tahu atau membuka- buka internet untuk membandingkan spesifikasi dan harga barang/jasa.

3. Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen memproses informasi merek yang kompetitif dan membuat penilaian akhir. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan konsumen. Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini.

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Namun, dua faktor dapat berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor utama adalah pendirian orang lain. Sejauh mana pendirian orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal : (1) intensitas pendirian negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen, dan (2) memotivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak diantisipasi. Faktor ini dapat muncul dan mengubah niat pembelian.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugas perusahaan tidak berhasil saat produk dibeli, melainkan berlanjut hingga periode pasca pembelian. Perusahaan harus memantau kepuasan pasca pembelian, pemakaian dan pembuangan pasca pembelian. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya.

6. Pembelian Impulsif

Pengertian pembelian impulsif menurut Bayley dan Nancarrow dalam G.Muruganatham & Bhakat (2013: 150) ialah perilaku pembelian yang tiba-tiba, menarik, dan hedonis, di mana kecepatan proses keputusan impulsif menghalangi pertimbangan pertimbangan dan pilihan informasi alternatif yang bijaksana dan disengaja. Perilaku hedonic yang dimaksud itu sendiri ditandai dengan kesenangan, berbeda dengan perilaku utilitarian dimana pembeli mencari manfaat fungsional dan nilai ekonomis dalam proses belanja. Sedangkan menurut pendapat Rook dan Fisher dalam G.Muruganatham & Bhakat (2013:150), bahwa pembelian impulsif diartikan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli secara spontan, reflek, tiba-tiba, dan otomatis. Dapat dikatakan bahwa pembelian impulsif merupakan sesuatu reaksi pembelian yang alamiah dan terjadi secara cepat.

Varplenken dan Herabadi dalam G.Muruganatham & Bhakat (2013:150) mendefinisikan pembelian impulsif sebagai pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Dorongan emosional tersebut terkait dengan adanya perasaan yang intens yang ditujukan dengan melakukan pembelian karena adanya dorongan untuk membeli suatu produk dengan segera, mengabaikan konsekuensi negatif, merasakan kepuasan dan mengalami konflik di dalam pemikiran. Menurut Park dalam G. Muruganatham & Bhakat, (2013: 153) pembelian impulsif seringkali muncul secara tiba-tiba, cepat, spontan, lebih mengarah pada emosional dari pada rasional, dan konsumen cenderung merasa “out-of-control” ketika membeli barang secara impulsif. Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pembelian impulsif adalah perilaku membeli konsumen dimana konsumen tersebut melakukan pembelian tanpa didasari perencanaan, tiba-tiba dan cenderung dipengaruhi faktor emosional sehingga konsumen tidak lagi berpikir rasional dalam perilaku pembelian.

Menurut Wansik dalam Dawson, Sandy, dan Minjeong Kim (2009:22), pembelian impulsif oleh konsumen disebabkan oleh 2 faktor yakni internal dan eksternal. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri yang menyangkut proses berfikir dan kondisi emosional individu. Pada jurnal yang ditulis oleh Dawson, Sandy, dan Minjeong Kim (External and Internal Trigger Cues of Impulse Buying Online : An International Journal) dijelaskan bahwa faktor Internal yang memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian impulsif atau Impulse Buying Tendency (IBT) yang terjadi pada seseorang terdiri dari aspek afektif dan kognitif seseorang. Keadaan yang emosional, mood, dan perasaan seseorang adalah faktor yang termasuk dalam aspek afektif seseorang. Sedangkan aspek kognitif yang memicu

seseorang melakukan pembelian impulsif mengacu pada bagaimana konsumen mengerti produk, memikirkan dan menginterpretasikan produk, dan dapat mengakibatkan kecenderungan pembelian yang tidak terencana, memperkecil kemungkinan untuk mempertimbangkan, dan mengabaikan konsekuensi. Konsumen yang lebih mementingkan aspek afektif daripada aspek kognitifnya dalam melakukan pembelian, memiliki kecenderungan lebih besar dalam melakukan pembelian impulsif.

Sedangkan faktor eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah isyarat pemasaran dan stimulus yang dikendalikan oleh pemasar, dalam upaya untuk meningkatkan minat belanja konsumen. Menurut G.Muruganatham & Bhakat (2013: 152), dalam jurnalnya yang berjudul "Review of impulse buying behavior" terdapat 9 faktor eksternal yang mempengaruhi pembelian impulsif yaitu karakteristik toko, promosi penjualan, karyawan, kehadiran teman dan keluarga, suasana ramai, stimulasi sensorik, saluran belanja, teknologi layanan mandiri, dan merchandising ritel.

Menurut pendapat Rook dalam G.Muruganatham & Bhakat (2013:149), pembelian impulsif memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Spontanitas (Spontaneity)
Pembelian impulsif terjadi secara tidak terduga dan memotivasi konsumen untuk membeli saat juga, seringkali karena respon terhadap stimuli visual point-of-sale.
2. Power, compulsion, and intensity
Adanya motivasi untuk mengesampingkan hal-hal lain dan bertindak secepatnya.
3. Excitement and simulation
Keinginan membeli secara tiba-tiba yang seringkali diikuti oleh emosi seperti exciting, thrilling, atau wild.
4. Disregard for consequences
Keinginan untuk membeli dapat menjadi tidak dapat ditolak sampai konsekuensi negatif yang mungkin terjadi diabaikan.

Tipe-tipe dari pembelian impulsif menurut Loudon & Bitta (G.Muruganatham & Bhakat, 2013:150) yaitu :

1. Pure Impulse (pembelian Impulsif murni)
Sebuah pembelian menyimpang dari pola pembelian normal. Tipe ini dapat dinyatakan sebagai novelty / escape buying.
2. Suggestion Impulse (Pembelian impulsif yang timbul karena sugesti)
Pada pembelian tipe ini, konsumen tidak mempunyai pengetahuan yang cukup terlebih dahulu tentang produk baru, konsumen melihat produk tersebut untuk pertama kali dan memvisualkan sebuah kebutuhan untuk benda tersebut.
3. Reminder Impulse (pembelian impulsif karena pengalaman masa lampau) Pembeli melihat produk tersebut dan diingatkan bahwa persediaan di rumah perlu ditambah atau telah habis.

4. Planned Impulse (Pembelian impulsif yang terjadi apabila kondisi penjualan tertentu diberikan) Tipe pembelian ini terjadi setelah melihat dan mengetahui kondisi penjualan. Misalnya penjualan produk tertentu dengan harga khusus, pemberian kupon dan lain-lain.

7. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Pembahasan
1	Nagadeepa, J. Tamil Selvi, Pushpa A. (2015)	Impact of Sales Promotion Techniques on Consumers' Impulse Buying Behaviour towards Apparels at Bangalore	Rabat dan Diskon memiliki pengaruh cukup tinggi pada perilaku pembelian impulsif
2	Priti Silvi (2015)	Effectiveness Of Sales Promotional Tools: A Study On Discount, Price Off And Buy One Get One Free Offers In Branded Apparel Retail Industry In Gujarat	Diskon dan <i>Price off</i> merupakan variabel paling efektif dalam promosi penjualan
3	Pricylia Wauran , Jane Grace Poluan (2016)	Pengaruh Promosi Penjualan Dan Servicescape Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Freshmart Manado)	Promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada pembelian impulsif dengan Strategi yang paling menarik adalah diskon, <i>bonus pack</i> dan <i>Purchase with purchase</i>

B. Rerangka Pemikiran

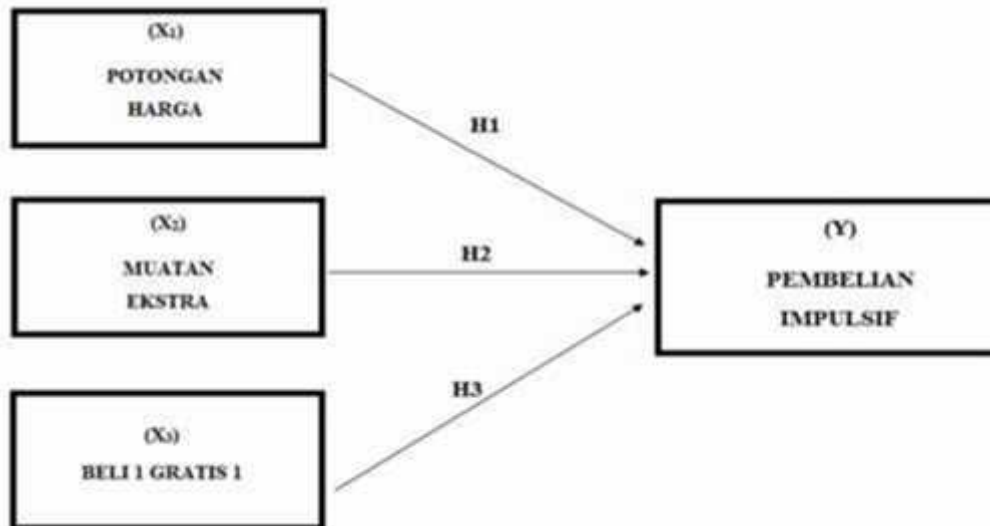
1. Pengaruh promosi penjualan terhadap pembelian impulsif

Menurut Kotler dan Keller (2009: 219) promosi penjualan (sales promotion) merupakan bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasikan pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan.

Dari definisi di atas dapat dinyatakan bahwa promosi penjualan diciptakan untuk meningkatkan penjualan suatu produk yang mengalami penurunan dan dalam jangka pendek mampu mendorong konsumen melakukan pembelian coba- coba. Untuk memperoleh konsumen dengan

jumlah yang banyak produsen memaksimalkan keuntungan jangka pendek dengan cara memberikan potongan harga, muatan ekstra, dan beli 1 gratis 1. Dari penjelasan diatas, maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2. Skema Rerangka Pemikiran



Sumber : Nagadeepa, J. Tamil Selvi, Pushpa A. (2015)

C. Hipotesis

Berdasarkan pada landasan teori dan kerangka berfikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Ha1 : Potongan Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung.
- Ha2 : Muatan Ekstra memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung.
- Ha3 : Beli 1 gratis 1 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif pada pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa di Bandar Lampung.

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan dengan melakukan penggambaran atau pemaparan tentang variabel-variabel yang diteliti yang selanjutnya mencoba untuk menarik kesimpulan. Maka desain penelitian yang dipilih adalah penelitian kausal dimana bertujuan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

B. Jenis Data

Suatu penelitian perlu didukung adanya data yang akurat dan lengkap. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini berasal dari :

1. Data Primer

Data Primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Sumber data primer diperoleh dari Kuisisioner yang disebarakan pada pengunjung Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung yang telah melakukan pembelian

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau yang telah dicatat oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data-data yang berasal dari artikel dan karya ilmiah yang dipublikasikan di internet serta berbagai literatur yang mendukung permasalahan serta buku, majalah, penelitian-penelitian yang telah dilakukan.

C. Definisi dan Oprasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012: 32) varibel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari atau ditarik kesimpulannya. Variabel dapat dibedakan menjadi dua yaitu variabel terikat (dependent variable) dan variabel bebas (independent variable).

1. Variabel Terikat (dependent variable) (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:35). Variabel dependen merupakan variabel yang nilainya tergantung dari variabel lain, di mana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah pembelian impulsif. Menurut Mowen & Minor (2010:10) definisi pembelian impulsif adalah tindakan membeli yang dilakukan tanpa memiliki masalah sebelumnya atau maksud niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pembelian impulsif dikembangkan oleh Kchaou & Amara (2014: 362) yang terdiri dari 4 indikator yaitu 1.) Ketika saya melihat produk ini, saya tiba-tiba memiliki keinginan untuk membelinya, 2.) Ketika saya melihat produk ini, saya ingin segera membelinya, 3.) Saya langsung merasa gembira ketika memutuskan untuk membeli produk ini, 4.) Ketika saya melihat produk ini, saya tidak bisa menahan keinginan untuk membelinya.

2. Variabel Bebas (independent variable) (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2012: 37). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah bauran Promosi Penjualan yaitu Potongan Harga, Muatan Ekstra dan Beli 1 gratis 1. Menurut Menurut Kotler dan Keller (2012: 219) promosi penjualan (sales promotion) merupakan bahan inti dalam kampanye pemasaran, terdiri dari koleksi alat insentif, sebagian besar jangka pendek, yang dirancang untuk menstimulasikan pembelian yang lebih cepat atau lebih besar atas produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan.

Indikator yang digunakan berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shi, Cheung & Prendergrast pada tahun 2005, untuk mengukur bauran Promosi penjualan yaitu variabel Potongan Harga, Muatan Ekstra dan Beli 1 gratis 1 yang masing-masing terdiri dari 5 sub variabel yaitu peralihan merek, pembelian lebih awal, pembelian lebih banyak, uji coba produk baru, dan mendorong pengeluaran lebih banyak.

Tabel 2. Variabel Penelitian dan Oprasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
(X) Promosi Penjualan (Sales Promotion)	(X1) Potongan Harga	Pengurangan langsung terhadap harga atas pembelian selama satu periode tertentu. (Kotler dan Armstrong, 2003:662)	<ol style="list-style-type: none"> Potongan harga membuat saya membeli merek lain yang tidak saya beli secara teratur. Potongan harga membuat saya membeli produk lebih awal dari yang direncanakan. Potongan harga membuat saya membeli lebih banyak produk yang sama. Potongan harga membuat saya membeli produk yang belum pernah saya coba sebelumnya. Potongan harga membuat saya menghabiskan lebih banyak pengeluaran di setiap kunjungan ke supermarket (Shi, Cheung & Prendergrast, 2005: 486) 	Skala Likert
	(X2) Muatan Ekstra	Barang yang ditawarkan gratis atau dengan harga murah sebagai sebuah insentif bagi pembelian sebuah produk. (Kotler dan Armstrong (2003:662)	<ol style="list-style-type: none"> Muatan Ekstra membuat saya membeli merek lain yang tidak saya beli secara teratur. Muatan Ekstra membuat saya membeli produk lebih awal dari yang direncanakan. Muatan Ekstra membuat saya membeli lebih banyak produk yang sama. Muatan Ekstra membuat saya membeli produk yang belum pernah saya coba sebelumnya. Muatan Ekstra membuat saya menghabiskan pengeluaran lebih banyak di setiap kunjungan ke supermarket (Shi, Cheung & Prendergrast, 2005: 486) 	

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	(X3) Beli 1 gratis 1	Pemberian tambahan barang kepada para perantara, apabila mereka membeli	1. Beli 1 gratis 1 membuat saya membeli merek lain yang tidak saya beli secara teratur. 2. Beli 1 gratis 1 membuat saya membeli produk	

D. Populasi & Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:72). Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah Pengunjung Swalayan Surya Tirayasa di Bandar Lampung yang jumlah pengunjung yang tidak terbatas atau tidak diketahui dan pengunjung tersebut melakukan pembelian dikarenakan melihat promosi penjualan yang telah diterapkan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari subjek penelitian populasi yang akan diteliti, (Sugiyono, 2012:56). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah responden merupakan pelanggan yang melakukan pembelian di Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung karena melihat promosi penjualan yang ditawarkan.

Teknik sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang diambil secara acak. Pengambilan sampel ini dilakukan selama 1 minggu dari hari senin sampai Sabtu malam minggu di Swalayan Surya Sukabumi Bandar Lampung. Pemilihan sampel dihitung dengan rumus yang dikembangkan oleh Cochran (1963:75) yaitu :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{z^2 r^2}{E^2} \right]$$

Keterangan :

n = jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

Z = angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E = kesalahan maksimal yang mungkin dialami

= tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95 % (α = 5%), artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% serta batas error sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden.

E. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:255) Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Pengujian validitas ditujukan untuk melihat hubungan antar masing-masing item pertanyaan pada variabel bebas dan variabel terikat. Apabila ada satu pertanyaan yang dinyatakan tidak valid, sebaiknya direvisi atau dihilangkan dari daftar pertanyaan dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesesuaian antara data terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sedangkan penelitian yang dikatakan tidak valid bila ada ketidaksesuaian antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek.

Bila suatu alat ukur sudah dikatakan valid, maka selanjutnya dapat dilakukan pengujian reliabilities alat ukur. Sebaliknya bila alat ukur dikatakan tidak valid, maka alat ukur yang telah digunakan sebelumnya harus dievaluasi atau diganti dengan alat ukur yang lebih tepat/efektif. Menurut Sugiyono (2012: 256) Validitas instrument dinilai berdasarkan kriteria nilai faktor loading item minimal 0,5 .

2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2012: 260) pengujian reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien Alpha Croanbach dan dapat diolah dengan bantuan SPSS 16.0. Apabila ada pernyataan yang memiliki nilai Croanbach's Alpa if item deleted lebih besar dari pada Croanbach's Alpa maka pernyataan tersebut tidak reliabel dan harus dilakukan pengujian selanjutnya. Instrumen penelitian dikatakan reliabel jika memiliki nilai Alpha Cronbach $> 0,50$. Jika nilainya lebih kecil dari 0,50 dan nilai Alpa Cronbach $>$ Cronbach's Alpa if item deleted, maka kuesioner penelitian ini tidak reliabel. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan sebenarnya.

3. Alat Analisis

a. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teori-teori pemasaran yang berkaitan dengan variabel-variabel perilaku pembelian konsumen. Penetapan skor yang diberikan pada tiap butir-butir instrumen dalam penelitian ini responden diminta untuk mengisi setiap pertanyaan dengan memilih salah satu dari lima pilihan yang tersedia.

Penilaian dan pengukuran pada alternatif jawaban menggunakan skala likert yang memiliki lima alternative jawaban. Peneliti membaginya dalam lima kelompok:

1.	SS	:	Sangat Setuju	(Skor 5)
2.	S	:	Setuju	(Skor 4)
3.	N	:	Netral	(Skor 3)
4.	TS	:	Tidak Setuju	(Skor 2)
5.	STS	:	Sangat Tidak Setuju	(Skor 1)

b. Analisis Kuantitatif

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis Regresi berganda, dengan rumus sebagai berikut yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Pembelian Impulsif
X1, X2, X3	= Promosi Penjualan
a	= Konstanta
b1, b2, b3	= Koefisien Regresi
e	= error term

F. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Sugiyono (2010:87) uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen X1, X2 dan X3 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria pengujian :

Ho diterima dan Ha ditolak bila t hitung < t tabel

Ho ditolak dan Ha diterima bila t hitung > t tabel

2. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Menurut Suliyanto (2011:55), uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau =5% dengan kriteria pengujian :

Ho diterima dan Ha ditolak bila F hitung < F tabel

Ho ditolak dan Ha diterima bila F hitung > F tabel

3. Uji Koefisien Determinasi Disesuaikan (Adjusted)

Fungsi dari koefisien determinasi (R²) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent yang sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti

variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependent.

PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian ini diolah berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebar pada tanggal 21 Februari 2018 hingga tanggal 27 Februari 2018 yang disebar dan dikembalikan berjumlah 100 responden yang merupakan pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa yang melakukan pembelian produk dengan promosi penjualan

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengukuran variabel yang tertera pada kuisioner dengan menggunakan teknik faktor analisis menunjukkan item pengukuran variabel promosi penjualan dan pembelian impulsif adalah valid karena seluruh angka pada faktor loading menunjukkan diatas 0,500 (Sugiyono,2012:256). Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengukur variabel melalui metode analisis faktor dengan bantuan SPSS 16.0. yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	K-M-O Measure of Sampling Adequacy	Anti Image	Loading Factor	Keterangan (>0.5 = valid)
Promosi Penjualan (X)	X1.1	0.840	0.809	0.833	Valid
	X1.2		0.828	0.790	Valid
	X1.3		0.846	0.750	Valid
	X1.4		0.872	0.726	Valid
	X1.5		0.864	0.732	Valid
	X2.1	0.821	0.802	0.784	Valid
	X2.2		0.810	0.739	Valid
	X2.3		0.823	0.739	Valid
	X2.4		0.861	0.696	Valid
	X2.5		0.823	0.749	Valid
	X3.1	0.705	0.749	0.690	Valid
	X3.2		0.632	0.848	Valid
	X3.3		0.889	0.807	Valid
	X3.4		0.753	0.718	Valid
	X3.5		0.624	0.828	Valid
	Y.1		0.763	0.855	Valid

Variabel	Indikator	K-M-O Measure of Sampling Adequacy	Anti Image	Loading Factor	Keterangan (>0.5 = valid)
Pembelian Impulsif (Y)	Y.2	0.799	0.798	0.804	Valid
	Y.3		0.832	0.792	Valid
	Y.4		0.814	0.804	Valid

Sumber : Data diolah dari lampiran 11-14, 2018

Berdasarkan tabel 3 faktor loading semua item pengukuran diatas 0,500, maka dapat disimpulkan bahwa item pengukuran penelitian seluruhnya valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk mengetahui item pengukuran dikatakan reliabel dengan menggunakan nilai cronbach alfa kriteria item pengukuran variabel independen yaitu promosi penjualan dan variabel dependen yaitu pembelian impulsif dapat dikatakan reliabel apabila nilai alpha cronbach > nilai alpha cronbach if item deleted maka pengukuran angket tersebut reliabel. Hasil perhitungannya terdapat pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Indikator	Cronbach Alpha	cronbach Alpha if item deleted	Keterangan (>0.5 = reliabel)
Promosi Penjualan (X)	X1.1	0.824	0.764	Reliabel
	X1.2		0.781	Reliabel
	X1.3		0.795	Reliabel
	X1.4		0.803	Reliabel
	X1.5		0.801	Reliabel
	X2.1	0.795	0.738	Reliabel
	X2.2		0.757	Reliabel
	X2.3		0.758	Reliabel
	X2.4		0.772	Reliabel
	X2.5		0.755	Reliabel
	X3.1	0.836	0.826	Reliabel
	X3.2		0.786	Reliabel
	X3.3		0.791	Reliabel
	X3.4		0.817	Reliabel
	X3.5		0.795	Reliabel
Pembelian Impulsif (Y)	Y.1	0.829	0.758	Reliabel
	Y.2		0.791	Reliabel
	Y.3		0.798	Reliabel
	Y.4		0.790	Reliabel

Sumber : Data diolah dari lampiran 15-18, 2018

Berdasarkan tabel 4 hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh indikator penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,5 serta Cronbach's Alpha if item deleted < Cronbach's Alpha maka, dapat disimpulkan bahwa variabel promosi penjualan dan pembelian impulsif yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Hasil dari penyebaran kuisioner pada tanggal 21-27 Februari 2018 didapatkan gambaran umum mengenai responden yang dapat dilihat pada tabel-tabel berikut :

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 5, sebagai berikut :

Tabel 5. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		jenis_kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	20	20.0	20.0	20.0
	Perempuan	80	80.0	80.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dari lampiran 2, 2018

Tabel 5. menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan cenderung lebih banyak dibandingkan responden laki-laki, yaitu responden perempuan sebesar 80% dan responden laki-laki sebesar 20%. Hal ini disebabkan oleh mayoritas barang yang dijual di Swalayan Surya Tirtayasa adalah kebutuhan rumah tangga yang banyak dibutuhkan oleh perempuan terutama ibu rumah tangga. Selain itu, sedikitnya jumlah pembeli laki-laki di swalayan surya tirtayasa kemungkinan disebabkan oleh tidak dijualnya rokok pada swalayan ini.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usia pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6, sebagai berikut :

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<21 th	8	8.0	8.0	8.0
	21-30	45	45.0	45.0	53.0
	31-40	32	32.0	32.0	85.0
	>40 th	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dari lampiran 2, 2018

Tabel 6. Diketahui bahwa dari 100 orang responden, mayoritas usia yang menjadi pelanggan swalayan surya tirtayasa merupakan pelanggan berusia 21-30 tahun dengan presentase 45%, hal ini kemungkinan disebabkan oleh lokasi swalayan yang terletak di pinggir jalan besar dan di sekitar perumahan yang sedang berkembang, juga dekat lingkungan pendidikan. Oleh sebab itu. banyaknya pasangan muda dan pelajar berada di lingkungan atau sering melewati swalayan surya tirtayasa untuk berbelanja.

3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7, sebagai berikut :

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar	27	27.0	27.0	27.0
pegawai negeri	28	28.0	28.0	55.0
Wiraswasta	25	25.0	25.0	80.0
lain-lain	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dari lampiran 2, 2018

Tabel 7. Menunjukkan pekerjaan dari responden dengan hasil 27% sebagai pelajar/ mahasiswa, 28% memiliki profesi pegawai negeri, 25% memiliki profesi sebagai wiraswasta, sedangkan 20% sisanya lain-lain yang di dominasi oleh ibu rumah tangga dan belum bekerja/pengangguran. Dapat disimpulkan bahwa pengunjung Swalayan Surya Tirtayasa cenderung tersebar merata dengan berbagai profesi tanpa selisih yang jauh berbeda, kemungkinan hal ini disebabkan oleh lokasi swalayan yang berada di pinggir jalan raya dan pusat pendidikan sehingga membuat munculnya variasi pekerjaan konsumen.

4. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8, sebagai berikut :

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1.000.000	18	18.0	18.0	18.0
1.000.000 - 3.000.000	28	28.0	28.0	46.0
> 3.000.000	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah dari lampiran 2, 2018

Tabel 8. Menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang merupakan pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa, di dominasi kalangan menengah keatas dengan penghasilan > Rp3.000.000 dengan presentase 54%. Hal ini di picu oleh dominasi pekerjaan responden yang merupakan PNS dan Wiraswasta yang di dominasi dengan penghasilan > Rp3000.000

C. Distribusi Jawaban Responden

Berikut ini merupakan penilaian pelanggan mengenai variabel dependen yaitu Promosi Penjualan yang diberikan Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung kepada pengunjungnya yang meliputi : Potongan Harga, Muatan Ekstra, dan Beli 1 gratis 1 juga variabel independen yaitu Pembelian Impulsif

Tabel 9. Tanggapan Responden Tentang Potongan Harga (X1)

No	Pernyataan	Presentase Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1	Potongan harga membuat saya membeli merek lain yang tidak saya beli secara teratur.	0	1%	30%	46%	23%	100%
2	Potongan harga membuat saya membeli produk lebih awal dari yang direncanakan.	0	4%	26%	50%	20%	100%
3	Potongan harga membuat saya membeli lebih banyak produk yang sama.	0	1%	25%	57%	17%	100%
4	Potongan harga membuat saya membeli produk yang belum pernah saya coba sebelumnya.	0	3%	33%	43%	21%	100%
5	Potongan harga membuat saya menghabiskan lebih banyak pengeluaran di setiap kunjungan ke supermarket	0	3%	16%	58%	23%	100%

Sumber : Data diolah dari lampiran 7, 2018

Berdasarkan Tabel 9. Pada pernyataan nomor 1 mengenai kecenderungan peralihan produk akibat potongan harga pada Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki jawaban setuju dan sangat setuju yang cukup tinggi, dominan responden menjawab setuju dan sangat setuju dengan presentase sebesar 69%. Hal ini mengidentifikasi bahwa sebagian besar pelanggan merasakan bahwa potongan harga dapat menjadi alasan bagi mereka beralih pada merek lain..

Pertanyaan nomor 2 mengenai pembelian lebih awal akibat Potongan Harga di Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, dominan responden menjawab setuju dan sangat setuju dengan presentase sebesar 70%. Hal ini mengidentifikasi bahwa pelanggan merasa setuju untuk membeli produk lebih awal dari yang direncanakan apabila terdapat program promosi dengan potongan harga

Pertanyaan nomor 3 mengenai kecenderungan pembelian lebih banyak akibat Potongan Harga di Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, dominan responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dengan total presentase 74%. Hal ini mengidentifikasi bahwa potongan harga memungkinkan konsumen untuk membeli dalam jumlah lebih banyak.

Pertanyaan nomor 4 mengenai kecenderungan uji coba produk baru akibat Potongan Harga di Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, dominan responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dengan total presentase 64%. Hal ini mengidentifikasi bahwa Potongan harga memberikan kemungkinan konsumen untuk mencoba produk baru yang belum pernah dicoba sebelumnya.

Pertanyaan nomor 5 mengenai kecenderungan untuk mengeluarkan anggaran lebih akibat potongan harga di Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, dominan responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dengan total presentase 81%. Hal ini mengidentifikasi bahwa potongan harga memungkinkan pelanggan untuk mengeluarkan anggaran lebih besar dari yang telah ditentukan untuk berbelanja.

Tabel 10. Tanggapan Responden Tentang Muatan Ekstra (X2)

No	Pernyataan	Presentase Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1	Muatan Ekstra membuat saya membeli merek lain yang tidak saya beli secara teratur.	0	2%	22%	49%	27%	100%
2	Muatan Ekstra membuat saya membeli produk lebih awal dari yang direncanakan.	0	4%	21%	53%	22%	100%
3	Muatan Ekstra membuat saya membeli lebih banyak produk yang sama.	0	5%	29%	45%	21%	100%
4	Muatan Ekstra membuat saya membeli produk yang belum pernah saya coba sebelumnya.	0	4%	28%	55%	13%	100%
5	Muatan Ekstra membuat saya menghabiskan lebih banyak pengeluaran di setiap kunjungan ke supermarket	0	3%	19%	58%	20%	100%

Sumber : Data diolah dari lampiran 8, 2018

Berdasarkan Tabel 10. Pada pernyataan nomor 1 mengenai kecenderungan peralihan produk akibat muatan ekstra pada Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki jawaban setuju dan sangat setuju yang cukup tinggi, dominan responden menjawab setuju dan sangat setuju dengan presentase sebesar 76%. Hal ini mengidentifikasi bahwa sebagian besar pelanggan merasakan bahwa muatan ekstra dapat menjadi alasan bagi mereka beralih pada merek lain.

Pertanyaan nomer 2 mengenai pembelian lebih awal akibat muatan ekstra di Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, dominan responden menjawab setuju dan sangat setuju dengan presentase sebesar 75%. Hal ini mengidentifikasi bahwa pelanggan merasa setuju untuk membeli. Produk lebih awal dari yang direncanakan apabila terdapat program promosi dengan muatan ekstra

Pertanyaan nomor 3 mengenai kecenderungan pembelian lebih banyak akibat muatan ekstra di Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, dominan responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dengan total presentase 66%. Hal ini mengidentifikasi bahwa muatan ekstra memungkinkan konsumen untuk membeli dalam jumlah lebih banyak.

Pertanyaan nomor 4 mengenai kecenderungan uji coba produk baru akibat muatan ekstra di Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, dominan responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dengan total presentase 68%. Hal ini mengidentifikasi bahwa muatan ekstra memberikan kemungkinan konsumen untuk mencoba produk baru yang belum pernah dicoba sebelumnya.

Pertanyaan nomor 5 mengenai kecenderungan untuk mengeluarkan anggaran lebih akibat muatan ekstra di Swalayan Surya Tirtayasa pada pelanggan memiliki tingkat efektifitas yang tinggi, dominan responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju dengan total presentase 78%. Hal ini mengidentifikasi bahwa muatan ekstra memungkinkan pelanggan untuk mengeluarkan anggaran lebih besar dari yang telah ditentukan untuk berbelanja.

D. Hasil Analisis Data

1. Analisis Kualitatif

Responden pada penelitian ini terdiri dari 100 orang yang merupakan pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa dan telah menggunakan promosi penjualan yang diberikandengan presentase sebesar 100%. Untuk menghasilkan data, peneliti menyebarkan kuisioner selama 1 minggu sejak tanggal 21 Februari 2018 hingga tanggal 27 february 2018. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan purposive sampling

2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas baik secara bersama-sama ataupun parsial.

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.411	.607		3.974	.000
	X1	.316	.068	.425	4.635	.000
	X2	.174	.077	.228	2.245	.027
	X3	.226	.063	.310	3.607	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Lampiran 19, 2018

Berdasarkan hasil pengolahan data, persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 2,411 artinya jika semua variabel Potongan Harga (X1), Muatan Ekstra (X2) dan Beli 1 gratis 1 (X3) bernilai nol maka variabel Pembelian Impulsif (Y) bernilai sebesar 2,411. Berdasarkan nilai tersebut, maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2,411 + 0,425X1 + 0,228 X2 + 0,310 X3 + e$$

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi standarized adalah sebagai berikut:

1. Koefisien regresi variabel potongan harga (X1) sebesar 0,425 memiliki pengaruh positif terhadap pembelian impulsif (Y) pada Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada variabel potongan harga, maka akan meningkatkan pembelian impulsif sebesar 0,425.
2. Koefisien regresi variabel muatan ekstra (X2) sebesar 0,228 memiliki pengaruh positif terhadap pembelian impulsif (Y) pada Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada variabel muatan ekstra, maka akan meningkatkan pembelian impulsif sebesar 0,228.
3. Koefisien regresi variabel beli 1 gratis 1 (X3) sebesar 0,310 variabel tersebut memiliki pengaruh positif terhadap pembelian impulsif (Y) pada Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan pada variabel beli 1 gratis 1, maka akan meningkatkan pembelian impulsif sebesar 0,310.

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui bahwa semakin tinggi nilai variabel independen yaitu potongan harga, muatan ekstra dan beli 1 gratis 1 maka nilai variabel dependen yaitu pembelian impulsif yang semakin meningkat.

Tabel 14. Hasil Uji Regresi (Koefisien Determinasi)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.921 ^a	.848	.843	.85517	.848	178.122	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Lampiran 19, 2018

Berdasarkan Tabel 14. diketahui besarnya nilai koefisien determinasi dari variabel Potongan Harga (X1), Muatan Ekstra (X2) dan Beli 1 gratis 1 (X3) terhadap Pembelian Impulsif (Y) diketahui dengan cara nilai $R = (r^2 \times 100\%)$ yaitu sebesar 0,848 atau 84,8% sedangkan sisanya sebesar 15,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam variabel penelitian ini.

3. Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Hasil pengaruh variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terdapat pada Tabel 15.berikut ini:

Tabel 15.Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	390.793	3	130.264	178.122	.000 ^a
	Residual	70.207	96	.731		
	Total	461.000	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Lampiran 19, 2018

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 15. hasil Uji F dalam penelitian ini didapatkan Fhitung > Ftabel yaitu sebesar 178,122 > 2,699 dengan angka signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Potongan Harga (X1), Muatan Ekstra (X2) dan Beli 1 gratis 1 (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel Pembelian Impulsif (Y) pelanggan Swalayan Surya Bandar Lampung.

4. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikan pengaruh dari variabel bebas (Promosi Penjualan) terhadap variabel terikat (Pembelian Impulsif) secara parsial, dengan menggunakan derajat signifikansi = 0,05. Serta menggunakan derajat kebebasan degree of freedom (df), apabila probabilitas kesalahan dari t-hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi tertentu (signifikan 5%) maka variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari perhitungan koefisien regresi adalah sebagai berikut :

$$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

Diperoleh dengan nilai t tabel (: 96) = (0,05;96) = 1,9850

Dimana:

n = Jumlah responden

k = Jumlah variabel bebas (X)

Tabel 16.Hasil Uji t

Variabel bebas	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Hipotesis
Potongan Harga (X1)	4.635	1,9850	0.000	Diterima
Muatan Ekstra (X2)	2.245	1,9850	0.027	Diterima
Beli 1 gratis 1 (X3)	3.607	1,9850	0.000	Diterima

Sumber : Data diolah dari lampiran 19, 2018

Berdasarkan Tabel 16. Hasil perhitungan pada variabel potongan harga (X1) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $4,635 > 1,9850$ dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan variabel potongan harga berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif pada Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung.

Hasil perhitungan pada variabel muatan ekstra (X2) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2,245 > 1,9850$ dengan angka signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan variabel muatan ekstra berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif pada Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung.

Hasil perhitungan pada variabel beli 1 gratis 1 (X3) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,607 > 1,9850$ dengan angka signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini mengindikasikan variabel beli 1 gratis 1 berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif pada Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung.

E. Pembahasan

Penelitian ini telah menyelidiki pengaruh dari tiga alat promosi yang digunakan di Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung terhadap pembelian impulsif pelanggan. Temuan dari hasil ujisecara simultan(Uji F) dan hasil uji secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa seluruh variabel yang merupakan bauran promosi penjualan berpengaruh dan signifikan terhadap pembelian impulsif konsumen Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga hipotesis yang telah di ajukan pada pendahuluan dapat diterima.

Temuan dari hasil uji secara parsial (Uji t) konsumen menilai pemberian potongan harga lebih efektif daripada muatan ekstra dan beli 1 gratis 1 dalam mempengaruhi pembelian impulsif konsumen sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nagadeepa, J. Tamil Selvi, Pushpa A pada tahun 2015 dan penelitian yang dilakukan oleh Priti Silvi pada tahun 2015. Hal ini mungkin terjadi karena potongan harga relatif mudah dimengerti dan dapat memberikan keuntungan langsung untuk konsumen, konsumen hanya perlu membandingkan nilai penawaran dengan harga referensi. Oleh karena itu, konsumen kemungkinan besar akan merespon secara positif terhadap potongan harga yang diberikan karena konsumen tahu bahwa potongan harga yang diberikan akan sangat menguntungkan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nagadeepa, J. Tamil Selvi, Pushpa A pada tahun 2015 di Banglore yang menggunakan 5 bauran promosi penjualan yaitu diskon, kupon, program loyalitas, paket harga (beli 1 gratis 1) dan kontes dengan data yang di ambil dari 5 pusat berbelanja/supermarket yang terdapat di kota Banglore. Penelitian ini hanya meneliti 3 bauran dari promosi penjualan yaitu potongan harga, muatan ekstra dan beli 1 gratis 1 sesuai dengan promosi yang dilakukan oleh Swalayan Surya Tirtayasa dengan ruang lingkup responden adalah pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Potongan harga berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif, Muatan ekstra berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif, dan beli 1 gratis 1 berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif yang artinya semakin tinggi nilai variabel independen yaitu potongan harga, muatan ekstra dan beli 1 gratis 1 maka nilai variabel dependen yaitu pembelian impulsif akan semakin meningkat.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan hasil nilai F hitung lebih besar dibandingkan nilai F tabel maka H_a diterima dan H_o ditolak dengan nilai signifikansi di bawah 0,05, dari hasil penghitungan tersebut maka secara bersama-sama variabel potongan harga, muatan ekstra, dan beli 1 gratis 1 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel pembelian impulsif pada Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung.
3. Temuan dari hasil uji secara parsial (Uji t) pengaruh terbesar terdapat pada variabel potongan harga, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nagadeepa, J. Tamil Selvi, Pushpa A. (2015) yang menemukan bahwa diskon dan 56 rabat memiliki pengaruh terbesar pada pembelian impulsif konsumen di Bangalore. Temuan ini mendukung hasil yang ditemukan oleh Nagadeepa, J. Tamil Selvi, Pushpa A. (2015) bahwa potongan harga yang dilakukan oleh Swalayan Surya Tirtayasa, Bandar Lampung memiliki pengaruh terbesar dari semua variabel penelitian

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka saran yang diajukan oleh peneliti yang dapat dijadikan acuan sesuai dengan hasil penelitian, yaitu:

1. Melalui jawaban responden mengenai promosi penjualan, diketahui pengaruh terkecil terdapat pada variabel kedua mengenai muatan ekstra. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian pelanggan menganggap bahwa pemberian promosi dengan muatan ekstra belum terlalu menarik. Oleh karena itu, Swalayan Surya Tirtayasa perlu mengkaji ulang promosi penjualan dengan muatan ekstra, sehingga dapat meningkatkan pembelian impulsif pelanggan Swalayan Surya Tirtayasa melalui penambahan muatan ekstra tersebut.
2. Penelitian ini dibatasi hanya pada pelanggan swalayan surya tirtayasa, Bandar Lampung dan hanya menggunakan 3 alat promosi penjualan. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan akademisi dapat menggunakan alat promosi penjualan yang lain seperti program loyalitas, kupon, event, dll pada objek lain yang lebih luas dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*: Jakarta
- Canon, J.P., Parreault, W.D., McCarthy, E.J., 2008. *Basic Marketing A Global Managerial Approach*. Buku 1. Edisi 16. Salemba Empat : Jakarta
- Dawson, S. and Kim, M., 2009. External and internal trigger cues of impulse buying. *An International Journal*. Vol. 3 No. 1, 2009 pp. 20-34
- Gilbert, D.C. & Jackaria, N. 2002. The efficacy of sales promotions in UK supermarkets: a consumer view. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(6), pp. 315–322.
- G. Muruganantham & Bhakat, Ravi Shankar. “Review of Impuls Buying”, *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 5, No. 3; 2013
- Kchaou, Abir Sahraoui & Amara,Rim Ben. 2014. “The Role of Sales Promotion in inducing Impulse Purchases”. *International Journal of Management Excellence*, Vol.3,No.1. p.2292-1648
- Kotler, Philip dan Keller Kevin Lane. 2012. *Manajemen Pemasaran : Analisis, perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Salemba Empat : Jakarta
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2003. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Mowen, J.C. and Minor, M., 2002. *Perilaku konsumen*. Alih Bahasa Lina Salim, Edisi Kelima. Jakarta: PT. Erlangga.
- Nagadeepa, J. Tamil Selvi, Pushpa A. 2015. Impact of Sale Promotion Techniques on Consumers’ Impulse Buying Behaviour towards Apparels at Bangalore. *Asian Journal of Management Sciences & Education* Vol. 4(1)
- Pricylia Wauran , Jane Grace Poluan.2016. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Servicescape Terhadap Impulse Buying Dengan Shopping Emotion Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Freshmart Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Volume 16 No. 04
- Priti Silvi.2015. Effectiveness Of Sales Promotional Tools: A Study On Discount, Price Off And Buy One Get One Free Offers In Branded Apparel Retail Industry In Gujarat. *Elk Asia Pacific Journal Of Marketing And Retail Management*. ISSN 2349-2317. Vol.4

Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L., 2007. Purchasing behavior. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Shi, Y. Z., Cheung, K., & Prendergast, G. 2005. The effectiveness of sales promotion tools: A Hong-Kong Study. *International Journal of Advertising*, 24(4), 467–486.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

William J. Stanton. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Erlangga : Jakarta