

Analisis Pengaruh Budaya 5R dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.Indoporlen

Mei Krismahariyanto, Mohamad Prastya

Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

email: meikrismahariyanto@gmail.com, moh.prastya@ubharajaya.ac.id

Abstrak

Penelitian menggunakan data sebanyak 100 sample yang diambil secara proportionate stratified random sampling, penganalisaan secara statistik kuantitatif yaitu dengan teknik korelasional menggunakan SPSS 16.0. Dengan perhitungan kuantitatif melalui analisis statistik diperoleh nilai koefisien R sebesar **0.750**, yang memberikan pengertian bahwa kedua variabel bebas Budaya 5R (X_1) dan Kinerja karyawan (X_2) memiliki hubungan kuat terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Besaran kontribusi/pengaruh dari kedua variabel bebas Budaya 5R (X_1) dan Kinerja karyawan (X_2) yang diamati terhadap variabel Kepuasan pelanggan (Y) yang dinyatakan dengan nilai R Square atau koefisien determinasi R Square (R^2) yaitu sebesar **0.892** atau (**89,2%**). Nilai tersebut memberikan makna bahwa kontribusi / pengaruh dari kedua variabel bebas Budaya 5R (X_1) dan Kinerja karyawan (X_2) adalah sebesar **89,2%**. Hasil **uji F** yaitu nilai dari Anova, diketahui bahwa F_{hitung} sebesar **5,112** lebih besar dari F_{tabel} sebesar **3.0902** (**5,112 > 3.0902**); pada tingkat $\alpha = 0,05$. Dari perbandingan nilai tersebut berarti bahwa secara bersama-sama kedua variabel bebas tersebut, Budaya 5R dan Kinerja karyawan berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan.

Kata kunci-5R, kinerja karyawan, kepuasan pelanggan, SPSS 16.0

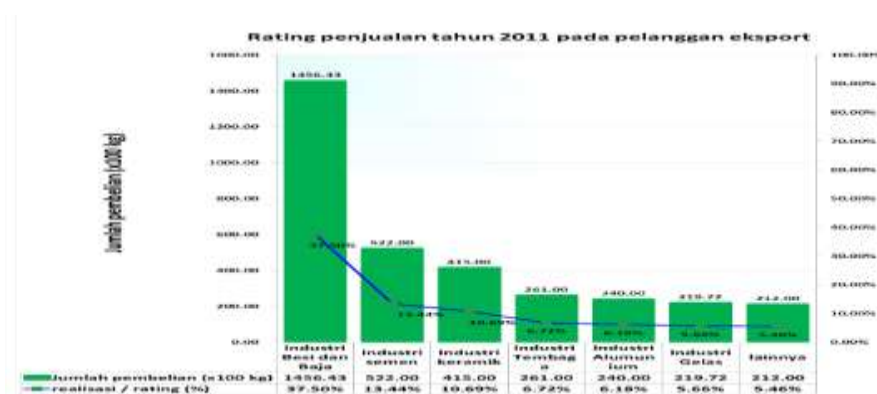
Abstract

The research using amount 100 of data which taken in proportionate stratified random sampling, the examination of data using in quantitative statistical with aid of correlation technique of SPSS method version 16.0, The Quantitative calculation through statistical analysis produces the result value of R coefficient 0,750 which contributes to the meaning both variables of 5S customs (X_1) and employee performances (X_2) have strong correlation against customer satisfaction (Y), valuable contribution / effect of both independent variables which observed to dependent variable (Y) was expressed to R square value or coefficient determination R square (R^2) result shown 0,892 or 89,2%. This value expressed that contribution / effect from both independent variables is 89,2% whereas the remain 1,8% was influenced by or revealed by another variables which loose observed. The result of F test taken from Anova as known that F count 5,112 is bigger than F table 3,0902 (5,112 > 3,0902) in significant $\alpha 0,05$. The comparison value means both variables in mutual have any correlation to customer's satisfaction.

Keywords- 5R, employee performance, customer satisfaction, SPSS 16.0

1. PENDAHULUAN

PT.Indoporlen yang merupakan perusahaan manufaktur di Indonesia dalam layanan penjualannya dituntut untuk terus melakukan perubahan dikarenakan persaingan pasar dewasa ini semakin ketat dengan keadaan ini memaksa adanya strategi penjualan, pemasaran, produk dan inovasi untuk pengembangan. Pihak perusahaan sadar bahwa peran serta karyawan dan orang-orang yang terlibat di dalamnya harus mengikuti perkembangan dan tuntutan teknologi sesuai dengan keinginan pelanggan yang dibutuhkan, untuk itu karyawan mempunyai potensi strategis dalam memajukan perusahaan. Seiring perkembangan teknologi dan kemajuan jaman dewasa ini maka perusahaan berencana untuk meningkatkan standard kompetensi dan keterampilan karyawan melalui program pelatihan dengan upaya membuat karyawan lebih percaya diri dan bersemangat dalam meningkatkan produktivitas kerja dalam perusahaan dan akhirnya menghasilkan keluaran terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). [4][11]



Gambar 1. Grafik Rating Penjualan tahun 2011 pada Pelanggan Ekspor
(Sumber: Laporan rating penjualan pelanggan tahun 2011 PT.Indoporlen)

Apabila ditinjau dari penjualan terhadap pelanggan terlihat belum memenuhi pencapaian rating yang diharapkan sehingga berdampak pada sasaran mutu penjualan di tahun 2011 sebagaimana ditunjukkan secara keseluruhan pada tabel berikut [1][2][3]



Gambar 2. Grafik Sasaran Mutu Penjualan Tahun 2011
(Sumber: Laporan penjualan tahunan, tahun 2011 PT. Indoporlen)

Target penjualan yang ditetapkan sebesar 156.792 Kg pun hanya dapat tercapai sebesar 15.157,36 Kg atau 96.7% saja. Pada tahun 2011 PT.Indoporlen mengalami penurunan apabila dibandingkan dari tahun-tahun sebelumnya dari segi mutu penjualan.

Hal ini dapat terlihat dari perbandingan antara sasaran mutu penjualan yang dicapai di tahun 2009 dan 2010, seperti yang ditunjukkan pada tabel [7][8]

Tabel 1. Sasaran Mutu Penjualan Thn 2009 & 2010

Bulan	Tahun 2009			Tahun 2010		
	Target penjualan (Kg)	Realisasi penjualan (Kg)	Rata-rata (%)	Target penjualan (Kg)	Realisasi penjualan (Kg)	Rata-rata (%)
Jan	12.066	14.792,9	122,6	12.566	10.806,8	86,0
Feb	12.066	8.470,3	70,2	12.566	10.266,4	81,7
Maret	12.066	14.624	121,2	12.566	17.014,4	135,4
April	12.066	8.735,8	72,4	12.566	12.943,0	103,0
Mei	12.066	17.495,7	145,0	12.566	13.948,3	111,0
Juni	12.066	12.186,7	101,0	12.566	15.041,5	119,7
Juli	12.066	14.479,2	120,4	12.566	16.474,0	131,1
Agust	12.066	15.565,1	129,1	12.566	15.380,8	122,4
Sep	12.066	11.571,3	95,9	12.566	13.986,0	111,3
Okt	12.066	6.962,1	57,7	12.566	7.124,9	56,7
Nov	12.066	10.400,9	86,2	12.566	14.136,8	112,5
Des	12.066	9.773,5	81,0	12.566	10.165,9	80,9
Total	144.792	145.081	100,2	150.792	157.276,1	104,3

(Sumber: Laporan penjualan tahunan, tahun 2011 PT. Indoporlen)

Realisasi sasaran mutu penjualan tahun 2011 tentunya terlihat lebih kecil apabila dibandingkan dengan realisasi sasaran mutu penjualan di tahun 2009 dan 2010. Rata-rata realisasi penjualan di tahun 2011 hanya mencapai angka 96.7%, rata-rata realisasi penjualan di tahun 2009 sebesar 100.2% dan rata-rata realisasi penjualan di tahun 2010 mencapai angka 104.3%. Hal ini menunjukkan adanya hambatan di dalam pencapaian penjualan tahunan sehingga menyebabkan turunnya realisasi penjualan dari tahun-tahun sebelumnya. Meskipun penjualan yang dilakukan pada tahun 2011 sudah menunjukkan angka yang cukup baik, namun target yang semula ditetapkan belum dapat tercapai secara optimal. Hal ini dapat menunjukkan adanya faktor penurunan mutu di dalam penjualan produk. [7]

Selain mengalami penurunan penjualan, PT. Indoporlen juga mendapat keluhan sehubungan dengan produk yang diekspor. Terkadang produk juga dikembalikan terlebih dahulu untuk mengalami penggantian. Apabila keluhan yang datang hanya berupa complain saja, maka tidak ada penggantian sejumlah nominal namun mutu produk sebaiknya lebih ditingkatkan lagi kedepannya, berikut data keluhan pelanggan tahun 2011 pada pelanggan ekspor dan lokal. [14]

Keluhan yang datang mayoritas berasal dari pelanggan Lokal, hal ini dapat dikarenakan terdapat kesalahan pada saat proses handling storage atau delivery. Mutu produk juga sangat berperan di dalam tingkat tinggi rendahnya keluhan yang datang. Mutu produk menjadi faktor penting di dalam tingkat kepuasan pelanggan. Mutu dari refractory tentunya akan sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan pabrik dan juga mesin-mesin pembuatnya. Jika produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan syarat maka produk tersebut tentunya akan memiliki mutu yang kurang. Apabila lingkungan pabrik bersih dan mesin-mesin berjalan dengan lancar maka produk yang dihasilkan pun akan sesuai dengan yang diharapkan.

Pada tahun 2010 dan 2011 pencapaian survey pelanggan memiliki nilai rata-rata yang sama yaitu 87.3%. Namun terdapat perbedaan pada nilai-nilai per item. Perhatian terhadap keluhan pelanggan di tahun 2010 dijalankan dengan baik, karena dari target yang ditetapkan senilai 90% PT. Indoporlen dapat mencapai 94.4%. Sedangkan di tahun 2011 item harga yang menunjukkan peningkatan dari target yang ditetapkan sebesar 80% menjadi 85.4%. Untuk mutu produk dari tahun 2010 ke 2011 mengalami sedikit penurunan. Dari target yang ditetapkan sebesar 90%, item mutu hanya mencapai 84.4% saja. Survey yang telah dilakukan maka dijadikan acuan bagi perusahaan dalam meningkatkan kembali item-item yang belum dapat mencapai target yang ditentukan. Survey tersebut dilakukan pada pelanggan lokal. Dengan harapan untuk

memperbaiki dan meningkatkan mutu produk Refractory, PT. Indoporlen membuat survey kepada pelanggan lokal dan pelanggan ekspor. Survey diberikan berupa pengisian angket singkat kepada setiap pelanggan. Pelanggan diharuskan untuk mengisi item-item dari angket yang terdiri dari mutu, kecepatan kirim, harga dan perhatian terhadap keluhan dengan skala satu sampai lima. Angka satu mewakili sangat buruk dan angka lima mewakili sangat baik.

Tabel 2. Rekapitulasi Pencapaian Survey Pelanggan (Lokal)

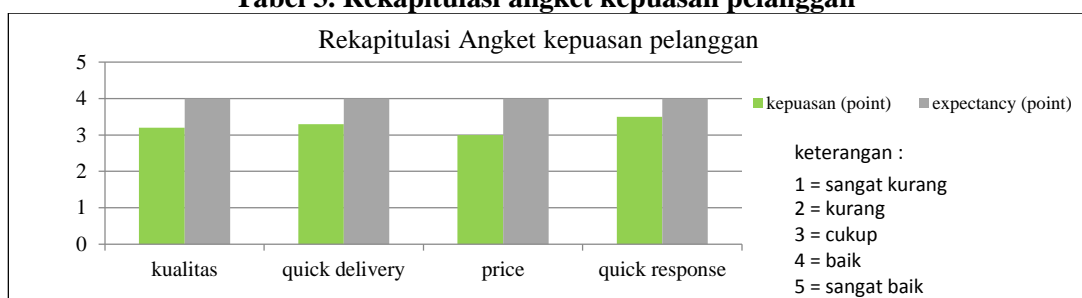
No	Item	Thn 2010		Thn 2011	
		Target	capaian	Target	Capaian
1	Kualitas produk	90%	89,5%	90	84,4%
2	Kecepatan kirim	90%	88,2%	90%	89,6%
3	Harga	80%	77,2%	80%	85,4%
4	Perhatian thd keluhan	90%	94,4%	90%	89,6%
Rata-rata		87,5%	87,3%	87,5%	87,3%

(Sumber : rekapitulasi survey pelanggan PT.Indoporlen thn 2010 – thn 2011)

Bila dilihat secara keseluruhan (tabel 1.6), maka pencapaian survey pelanggan baik pelanggan lokal maupun pelanggan ekspor terhadap seluruh kriteria belum menunjukkan angka yang sesuai dengan harapan dan tingkat kepuasan dari pelanggan secara keseluruhan belum mencapai target yang ditetapkan. Pada item mutu target yang ditetapkan adalah 4, namun kepuasan mutu dari hasil survey pada pelanggan keseluruhan hanya menunjukkan angka 3,2. Hal ini berarti harus ada peningkatan kembali pada mutu dari produk yang sudah ada. Kecepatan kirim juga belum memenuhi target yang ditetapkan sebesar 4, karena dilihat dari persepsi konsumen kepuasan atas kecepatan kirim baru tercapai sebesar 3,3. Dari sisi harga target yang seharusnya dapat mencapai 4, ternyata kepuasan terhadap penetapan harga hanya dapat dicapai sebesar 3. Dan kepuasan terhadap penanganan keluhan pelanggan baru dapat tercapai sebesar 3,5 dari target sebesar 4.

PT.Indoporlen memiliki data mengenai pencapaian sasaran mutu tahun 2011

Tabel 3. Rekapitulasi angket kepuasan pelanggan



(Sumber : Rekapitulasi angket kepuasan pelanggan PT.Indoporlen thn 2011)

Dari tabel 1.7 dapat kita lihat bahwa pada bagian perusahaan dan produksi terdapat banyak penurunan mutu, hal ini dapat terlihat dari kurangnya pencapaian sasaran mutu agar mencapai target. Pada bagian *maintenance* angka rata-rata menunjukkan peningkatan mutu. Karena dari angka yang ditargetkan ternyata angka rata-rata menunjukkan angka yang lebih tinggi. Pada gudang juga terdapat penurunan di dalamnya. Ketepatan bahan baku yang seharusnya mencapai target 5.% namun ternyata hanya mencapai angka 4%. Selain itu target juga diterapkan pada pengurangan kerusakan bahan baku pada saat pengangkutan dan penyimpanan. Pengurangan kerusakan seharusnya dapat dimaksimalkan hingga angka 0.07 %, namun ternyata tingkat kerusakan hanya dapat dikurangi sebanyak 0.03%. *Stock* minimum bahan pembantu juga tidak

memenuhi target. *Stock* minimum bahan pembantu yang seharusnya hanya sebesar 1 %, namun pada kenyataannya yang terdapat di dalam gudang adalah 1.5 %. Hal ini tidak akan terlalu mengganggu kelancaran produksi karena persediaan akan lebih banyak namun ruang penyimpanan menjadi tidak efektif. Sedangkan untuk *stock* minimum suku cadang terdapat kekurangan. *Stock* yang seharusnya tersedia adalah sebanyak 8%, namun *stock* yang ada ternyata hanya mencapai 5%. Hal ini dapat menghambat proses produksi karena proses tidak dapat berjalan apabila *stock* kurang dari yang ditargetkan. Pada penjualan angka rata-rata pada tahun 2010 target sebesar 98% belum dapat tercapai, karena hanya mencapai angka 96.7%. Sedangkan pada pencapaian realisasi produksi terhadap perencanaan, angka rata-rata selama tahun 2011 menunjukkan hasil yang baik yaitu 106.4% apabila dibandingkan dengan target sebesar 98.9%. Angka yang dijadikan target pada pencapaian sasaran mutu merupakan angka hasil perhitungan dari rata-rata pencapaian mutu tahun sebelumnya yang digunakan untuk lebih meningkatkan mutu di tahun berikutnya.

Pengertian kepuasan pelanggan menurut ISO 9001:2000 adalah tingkat pencapaian karakteristik yang sama dengan inheren dalam hal memenuhi persyaratan. Derajat disini berarti Kategori atau peringkat yang diberikan pada persyaratan kepuasan pelanggan, yang dapat berbeda pada suatu produk, proses, dan sistem. Karakteristik berarti dapat diberikan pada produk, proses, sistem dalam wujud kualitatif atau kuantitatif. Inheren pada kepuasan pelanggan berarti sesuatu karakter yang ditambahkan sesuai persyaratan.

Bagi perusahaan yang ingin ikut bersaing di pasar global tidak ada cara lain kecuali harus menerapkan prinsip *total quality management*. Kepuasan pelanggan merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan. Makna kepuasan pelanggan suatu produk dan atau layanan sendiri berkaitan dengan tingkat kesempurnaan, kesesuaian terhadap kebutuhan, bebas dari cacat. [7][12]

Pengertian Kinerja

Mangkunegara (2009:9) mendefinisikan kinerja sebagai prestasi kerja atau hasil kerja dalam melaksanakan tugas kerjanya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Penampilan kinerja berhubungan erat dengan kinerja yang dihendaki. [9][10][14]

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikerjakan di PT.Indoporlen, yang beralamat di Jl.Raya Bekasi KM 38-39 Tambun, Kabupaten Bekasi, dengan mengambil objek penelitian sebanyak 100 sample pelanggan PT.indoporlen melalui teknik stratified random sampling.

Variabel-variabel penelitian tersebut dioperasionalkan sebagai berikut :

- Budaya 5R merupakan kebiasaan pola terencana & sistematis dalam kehidupan sehari-hari yang bila diterapkan akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas, variabel ini dinotasikan sebagai X_1
- Kinerja karyawan merupakan outcome yang dihasilkan dari suatu fungsi pekerjaan tertentu atau kegiatan selama suatu periode waktu tertentu, variabel ini dinotasikan sebagai X_2
- Kepuasan pelanggan merupakan gambaran konsumen terhadap karakteristik langsung dari suatu produk (dari segi performa, reabilitas, mudah digunakan, estetis, dll), variabel ini dinotasikan sebagai Y

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian yang dipakai adalah seluruh pelanggan loyal PT.Indoporlen. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran dengan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden.

UJI VALIDITAS

Dalam pembahasan ini dilakukan beberapa uji signifikansi koefisien korelasi dimana dengan kriteria menggunakan r kritis pada taraf signifikansi 0,05 (signifikansi 0,05% atau 0,05),

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel budaya 5R (X_1)

item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	R hitung (taraf significant 5%)	Keputusan (r tabel thd tot. Correaltion)
identitas	57,65	24,816	,321	,946	,195	Valid
tidak_tertukar	57,66	24,873	,297	,946	,195	Valid
tidak_cacat	57,68	24,907	,272	,947	,195	Valid
tidak_lama	57,64	24,778	,343	,945	,195	Valid
nama_produk	57,73	22,522	,733	,937	,195	Valid
nama_konsumen	57,67	22,506	,865	,934	,195	Valid
rapih	57,71	22,511	,799	,936	,195	Valid
tools_5R	57,66	22,469	,895	,934	,195	Valid
Jadwa_piket	57,68	22,543	,837	,935	,195	Valid
Visual_control	57,76	22,669	,672	,939	,195	Valid
kode_matrl	57,71	22,592	,779	,936	,195	Valid
prev_mrc	57,66	22,489	,889	,934	,195	Valid
SOP	57,71	22,491	,763	,936	,195	Valid
seragam	57,68	22,503	,847	,935	,195	Valid
koordinasi	57,65	22,492	,910	,933	,195	Valid
komitmen	57,70	22,576	,755	,937	,195	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kinerja (X_2)

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	T tabel (taraf significant 5%)	Keputusan (t tabel thd tot.correlato n)
keputusan_teknis	15,16	2,075	,559	,777	,195	Valid
perencanaan_pekerjaan	15,13	2,195	,537	,783	,195	valid
komunikasi	15,15	2,189	,513	,790	,195	Valid
sikap_kerjasama	15,22	1,870	,672	,740	,195	valid
kebiasaan_bekerja	15,22	1,870	,672	,740	,195	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	R tabel(taraf signifiant 5%)	Keputusan (r tabel thd tot.correlation)
insulasi_yg_baik	80,76	26,507	,464	,760	,195	Valid
sesuai_spec	80,72	27,557	,278	,771	,195	Valid
lolos_uji	80,72	27,557	,278	,771	,195	Valid
Al2O3_content	80,83	28,405	,295	,780	,195	Valid
MgO_content	80,91	28,285	,215	,780	,195	Valid
Lab_uji	80,91	27,578	,233	,774	,195	Valid
Uji_CCS_MOR	80,98	27,515	,233	,774	,195	Valid
Operasional	80,91	28,285	,215	,780	,195	Valid
aplikasi	81,06	28,219	,204	,782	,195	Valid
daya_tahan	80,92	28,701	,234	,786	,195	Valid
efektif	80,89	29,109	,207	,785	,195	Valid
dimensi	81,07	27,419	,290	,778	,195	Valid
Appearance	80,96	25,958	,608	,753	,195	Valid
defect	80,96	25,958	,608	,753	,195	Valid
jasa_konstrksi	80,96	25,958	,608	,753	,195	Valid
tanggap	80,96	25,958	,608	,753	,195	Valid
Informatif	80,96	25,958	,608	,753	,195	Valid
garansi	81,09	27,335	,275	,771	,195	Valid
purna_jual	81,09	26,709	,356	,766	,195	Valid
Fisika	81,09	27,335	,275	,771	,195	Valid
kimia	81,09	26,709	,356	,766	,195	Valid
puas	80,76	26,507	,464	,760	,195	Valid
rekomendasi	80,76	26,507	,464	,760	,195	Valid
kesediaan	80,76	26,507	,464	,760	,195	Valid

Dari hasil uji validitas di dapat 3 output dari yang pertama adalah variabel budaya 5R (X₁) kemudian variabel kinerja (X₂) dan ketiga variabel kepuasan pelanggan(Y).

Dari keluaran tersebut dapat dilihat nilai korelasi antara tiap item dengan hasil skor total item, nilai korelasi ini dibandingkan dengan r tabel. R tabel dicari dengan signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi, dan jumlah data (n)=100 atau df = 98, maka di dapat r tabel sebesar 0,195. Untuk variabel budaya 5R (X₁) valid semua, untuk variabel kinerja (X₂) valid semua, dan variabel kepuasan pelanggan (Y) juga valid semua.

Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas variabel budaya 5R (X₁)

Untuk uji reliabilitas variabel budaya 5R (X₁) dihasilkan *Cronbach's Alpha* **0,942** atau lebih dari **0,60** sehingga variabel budaya 5R (X₁) adalah *reliable*.

b. Uji Reliabilitas variabel kinerja (X₂)

Untuk uji reliabilitas variabel kinerja (X₂) dihasilkan *Cronbach's Alpha* **0,805** atau lebih dari **0,60** sehingga variabel kinerja (X₂) adalah *reliable*.

c. Uji Reliabilitas variabel kepuasan pelanggan (Y)

Untuk uji reliabilitas variabel kepuasan pelanggan(Y) dihasilkan *Cronbach's Alpha* **0,838** atau lebih dari **0,60** sehingga variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah *reliable*. Pada kasus ini setelah diuji validitasnya maka item yang gugur dibuang / tidak dimasukkan dalam uji reliabilitas dan item yang tidak gugur dimasukkan ke dalam uji reliabilitas

Uji Linieritas

Uji ini biasanya digunakan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS Release 16.0 dengan menggunakan *Test for Linear* pada taraf signifikansi **0.05**. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari **0.05**.

a. Uji linieritas variabel budaya 5R (x_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1)

Dari hasil uji linieritas dapat dilihat pada output ANOVA table, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada linieritas sebesar 0.048 karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel budaya 5R terhadap variabel kepuasan pelanggan terdapat hubungan linier.

b. Uji linieritas variabel Kinerja (x_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1)

Dari hasil uji linieritas ini dapat dilihat pada keluaran tabel ANOVA, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada linieritas sebesar 0.040 karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kinerja terhadap variabel kepuasan pelanggan terdapat hubungan linier.

Uji Multikolinearitas

Pedoman suatu model regresi yang bebas *Multiko* adalah koefisien korelasi antar variabel harus lemah (<5). Jika korelasi kuat, maka terjadi problem *Multiko*.

Dari *Output Coefficients* di atas, pada kolom VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel budaya 5R dan variabel kinerja sebesar **1,007**. Karena nilai VIF kurang dari 5 maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ditemukan adanya masalah multikolinearitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Tabel 7. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	43,143	8,492		9,790	,000
	budaya 5R (x_1)	,122	,107	,115	1,145	,255
	kinerja (x_2)	-,327	,313	-,105	-1,047	,298

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

Persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 43,143 + 0,122 X_1 + 0,327X_2$$

Keterangan :

Y = kepuasan pelanggan yang diprediksi

b = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = budaya 5R

X_2 = kinerja

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar **43,143**; artinya jika budaya 5R (X_1) dan kinerja (X_2) nilainya adalah nol, maka kepuasan pelanggan (Y) nilainya adalah **43,143**.
2. Koefisien regresi variabel budaya 5R (X_1) sebesar **+0.122** artinya jika budaya 5R mengalami kenaikan 1% maka nilai kinerja karyawan (Y) akan mengalami peningkatan kenaikan sebesar **+0.122** dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara budaya 5R dan kepuasan pelanggan, semakin naik peningkatan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.
3. Koefisien regresi variabel kinerja (X_2) sebesar **+0.327** artinya jika variabel kinerja mengalami kenaikan 1% maka nilai kepuasan pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan kenaikan sebesar **+0.327** dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kinerja dan kepuasan pelanggan, semakin naik peningkatan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan.

Analisis Korelasi Ganda (R)

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi adalah :

- 0,00 – 0,199 = Sangat Rendah
- 0,20 – 0,399 = Rendah
- 0,40 – 0,799 = Sedang
- 0,80 – 0,899 = Kuat
- 0,90 – 1,000 = Sangat Kuat

Hasil analisis korelasi ganda dapat dilihat pada *Output Model Summary* sebagai berikut :

Tabel 8. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,022	,002	5,409

a. Predictors: (Constant), kinerja (x2), budaya 5R (x1)

Dari hasil analisis regresi linier berganda diatas, maka diperoleh *output* angka **R** sebesar **0.750** Karena nilai korelasi ganda berada di antara **0,40 – 0,799**, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan sedang antara budaya 5R dan kinerja terhadap kepuasan pelanggan

Analisis Determination (R²)

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *Output Model Summary* sebagai berikut :

Tabel 9. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,892	,882	5,409

a. Predictors: (Constant), kinerja (x2), budaya 5R (x1)

Dari hasil analisis regresi linier berganda diatas, bahwa *output* diperoleh angka **R² (R Square)** sebesar **0.892** atau **(89,2%)**. Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (budaya 5R dan kinerja) terhadap variabel dependen (**kepuasan pelanggan**) sebesar **89,2%** Atau variabel independen yang digunakan dalam model (budaya 5R dan kinerja) mampu menjelaskan sebesar **89,2%** variasi variabel

dependen (**kepuasan pelanggan**) . Sedangkan sisanya sebesar **1,8%** dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Adjusted R Square adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan. Menurut Santoso (2001) bahwa untuk regresi dengan lebih dari dua variabel independen digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. Sedangkan *Standard Error of the Estimate* adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksi nilai Y. Dari hasil regresi didapat nilai **1.267**, hal ini berarti banyaknya kesalahan dalam prediksi efektifitas kerja sebesar **1.267**.

Uji Koefisien Regresi Bersama-sama (Uji - F)

Hasil uji F dapat dilihat pada *output Anova* dari hasil analisis linear berganda di atas.

Tabel 10. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65,088	2	32,544	5,112	,333 ^b
	Residual	2837,552	97	29,253		
	Total	2902,640	99			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), kinerja (x2), budaya 5R (x1)

a. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0.05 ($\alpha = 5\%$)

b. Menentukan F_{hitung}

Berdasarkan output diperoleh F_{hitung} sebesar **5,112**

c. Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 % $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel - 1) atau $3 - 1 = 2$ dan df (n-k-1) atau $100-2-1 = 97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen) , hasil diperoleh untuk F_{tabel} sebesar **3,0902** (tabel F)

Kriteria Pengujian

d. H_0 diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

e. H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

f. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ (**5,112 > 3,0902**), maka H_0 ditolak

g. Kesimpulan : Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (**5,112 > 3,0902**) maka H_0 **ditolak**, artinya budaya 5R dan kinerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT.Indoporlen Tambun Jawa barat.

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Hasil uji t dapat dilihat pada *output coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda di atas.

Tabel 11. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	43,143	8,492		9,790	,000
	budaya 5R (x1)	,122	,107	,115	4,145	,255
	kinerja (x2)	-,327	,313	-,105	4,047	,298

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan (Y)

Langkah-langkah uji t sebagai berikut :

1. Pengujian Koefisien Regresi Variabel Budaya 5R (X₁) terhadap Kepuasan pelanggan

a. Menentukan tingkat Signifikansi, Tingkat signifikansi menggunakan 0.05 ($\alpha = 5\%$)

- b. Menentukan t_{hitung} , berdasarkan output diperoleh t_{hitung} sebesar **4,145**
 - c. Menentukan t_{tabel} , Tabel didistribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-2-1 = 97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar **1,9804** (t_{hitung})
 - d. Kriteria Pengujian
 H_0 : diterima bila $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$
 H_0 : ditolak bila $- t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$
 - e. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**4,145 > 1,9804**), maka H_0 ditolak.
 - f. Kesimpulan : Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**4,145 > 1,9804**), maka H_0 **ditolak**, artinya secara parsial budaya 5R berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT.Indoporlen Tambun Bekasi Jawa Barat.
2. Pengujian Koefisien Regresi Variabel kinerja (X_2).
 - a. Menentukan tingkat signifikansi, Tingkat signifikansi menggunakan 0.05 ($\alpha = 5\%$)
 - b. Menentukan t_{hitung} , Berdasarkan tabel diperoleh t_{hitung} sebesar **4,047**
 - c. Menentukan t_{Tabel} , Tabel didistribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $100-2-1 = 97$ (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar **1,9804** (t_{hitung})
 - d. Kriteria Pengujian
 H_0 diterima bila $- t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ H_0 ditolak bila $- t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$
 - e. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}
 Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**4,047 > 1,9804**), maka H_0 ditolak.
 - f. Kesimpulan : Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**4,047 > 1,9804**) maka H_0 ditolak, artinya parsial kinerja berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT.indoporlen .
 t_{hitung} positif artinya kinerja berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan

4. KESIMPULAN

1. Hubungan antara variabel budaya 5R (X_1) dengan kepuasan pelanggan (Y)
 Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh *output* angka **R** sebesar **0.750** Karena nilai korelasi ganda berada di antara **0,40 – 0,799**, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan sedang antara budaya 5R dan kinerja terhadap kepuasan pelanggan, untuk Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t) Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**4,145 > 1,9804**), maka H_0 **ditolak**, artinya secara parsial budaya 5R berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hubungan antara variabel kinerja karyawan (X_2) dengan kepuasan pelanggan (Y)
 Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kinerja dan kepuasan pelanggan, semakin naik peningkatan, maka semakin meningkat kepuasan pelanggan. Untuk Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t) menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**4,047 > 1,9804**) maka H_0 ditolak, artinya parsial kinerja berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT.Indoporlen, t_{hitung} positif artinya kinerja berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PT.Indoporlen Tambun bekasi Jawa Barat.
3. Hubungan antara variabel budaya 5R (X_1) dan kinerja karyawan (X_2) dengan kepuasan pelanggan (Y)
 Dari hasil regresi didapat nilai **1.267**, hal ini berarti banyaknya kesalahan dalam prediksi efektifitas kerja sebesar **1.267**, untuk uji **Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji - F)** Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ (**5,112 > 3,0902**) maka H_0 **ditolak**, artinya budaya 5R dan kinerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan .

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aaker, D.A, 2005, *Strategic Marketing Management*, 7th ed. John Willey & Sons, Inc: New York.
- [2] Arikunto. Suharsimi, 2004. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- [3] Asep Hermawan, 2006, *Penelitian bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo
- [4] Assaury, Sofyan, 2002, *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- [5] August, W.Smith , dalam disertasi (2006) J.S. Husdarta, (*Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja Karyawan*), *Pasca sarjana UPI*
- [6] Azwar, Saifuddin, 2003, *Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [7] Besterfield, 2003, *Quality Control*. Englewood Cliffs:Prentice Hall
- [8] Fattah, Nanang, 2004, *Landasan manajemen perusahaan*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- [9] Gibson, Ivancevich, Donnelly, 2006, *Organisasi : Perilaku, Struktur*, Proses. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.
- [10] Husein Umar. 2002, *Metode Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [11] Istijanto, 2005, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- [12] Juran, Joseph, 2002, *Leadership for Quality: an Executive Handbook*. New York: Free Press
- [13] Kotler, P, 2002, *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Jilid 1*. Jakarta: Salemba empat
- [14] Bungaran Saing, Mei Krismahariyanto, Narulita Fahdillah, 2019, **Audit Awal Energi Listrik RS Kartika Husada Tambun**. Jurnal Jaring Saintek. Jakarta.