



PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SARI ROTI

Gilbert Gunawan

(Gunawangilbert@gmail.com)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,
Indonesia

Abstrak

Sari Roti adalah produk roti yang diproduksi oleh PT Nippon Indosari Corpindo di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis keputusan pembelian produk Sari Roti dan untuk menguji pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Sari Roti di Kota Palembang. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan promosi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Promosi melalui internet dan melalui iklan di televisi maka semakin tinggi keputusan pembelian terhadap produk Sari Roti di kota Palembang.

Kata kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian, Produk Sari Roti, PT. Nippon Indosari, Tbk

Abstract

Sari Roti is a bakery product produced by PT Nippon Indosari Corpindo in Indonesia. The purpose of this study was to analyze the purchase decision for Sari Roti products and to examine the effect of price and promotion on the purchase decision for Sari Roti products in Palembang City. Data analysis used is using the SPSS application. The results of the study show that price and promotion have a positive influence on purchasing decisions. Promotion through the internet and through advertisements on television, the higher the purchase decision for Sari Roti products in the city of Palembang.

Keywords: Price, Promotion, Purchase Decision, Sari Roti Products, PT. Nippon Indosari, Tbk

I. PENDAHULUAN

(Rahmawaty, 2014) Produk Sari Roti di Indonesia mempunyai pasar yang dibeli dengan keputusan konsumen. Sari Roti merupakan produk yang dijual untuk keputusan pembelian dan dapat diminati oleh konsumen melalui iklan dan promosi. Produk ini diproduksi oleh PT Nippon Indosari Corpindo Tbk yang terus bertumbuh dan aman untuk dikonsumsi bagi masyarakat Indonesia. Perusahaan ini mampu menjual produk di pemasaran sesuai dengan harga dan promosi. Harga dan promosi memiliki pengaruh besar terhadap konsumen.

II. TELAHAH LITERATUR

- a. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sari roti
- b. Adakah hubungan antara harga dan promosi
- c. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sari roti

(Sibuea & Rustam, 2022) Penelitian Empiris

No.	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Hasil
1.	Pasaribu	2019	Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik HEM Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah	Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Home Industri Batik Sahara Indah
2.	AMILIA	2017	Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian HP Merek Xiaomi di Kota Langsa	Citra merek, harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian hp Xiaomi di Kota Langsa
3.	Radji	2020	Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Delizza Pizza di Kota Gorontalo	Hasil Penelitian ini merupakan promosi memberiakan pengaruh 60,5% terhadap keputusan pembelian
4.	Hikmah	2020	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Impulsif di Kota Batam	Peneliti menyimpulkan bahwa harga, promosi dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi pembelian impulsif



III. METODE PENELITIAN

A. Data dan Sumber Data

Data Primer yaitu data yang diperoleh dari hasil penelitian dalam bentuk kuisioner.¹ Mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan penelitian seperti sebuah produk yaitu situasi penjualan, pendapat mengenai promosi, atau kritik saran mengenai pelayanan dan harga yang diberikan. Data Sekunder adalah data yang sudah diolah sedemikian rupa, lalu diringkas menjadi sebuah kesimpulan dari hasil data primer yang diperoleh. Contoh adalah data sekunder dalam bentuk grafik atau data lokasi.

(Lusia, 2023) Dalam penelitian ini, bahwa promosi pada produk Sari Roti terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan dengan kualitas produk didapat dari nama merek, desain pengemasan yang bagus serta produk yang dikonsumsi untuk kalangan masyarakat.

B. Sampel

Lewat promosi dapat memanfaatkan hubungan antar masyarakat seperti rekomendasi antar percakapan. Dengan Demikian, peningkatan dalam angka pembelian produk dapat diraih lebih mudah. Sampel adalah 100 orang di masyarakat kota Palembang yang memiliki keputusan pembeli. Iklan melalui televisi bisa membuat konsumen merasakan suasana yang mengetahui produknya dan melihat iklan tersebut menarik atau tidak sehingga para konsumen yang menonton iklan tertarik untuk melihat dengan memiliki keputusan untuk membeli.

C. Terminologi Variabel Penelitian

Variabel dapat didefinisikan suatu atribut, sebuah obyek dapat diambil kesimpulan dari sebuah penelitian yang sedang dilaksanakan. Variabel yang digunakan terdiri dari variabel independen X1 harga, X2Promosi dan dependen Y Keputusan Pembelian.

D. Variabel Independen

Peneliti ini menentukan beberapa variabel independen yaitu harga (X_1), promosi (X_2), dapat memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Andy&Elisa, 'Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roti Viva Bakery, Total Persada - Tangerang', *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2.1 (2022), 266–77 <<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1325>> [accessed 17 May 2023].

E. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dikatakan variabel terikat. Variabel terikat yaitu variabel yang menjadi pengaruh, sebab adanya variabel bebas. Peneliti ini menentukan satu variabel dependen yakni keputusan pembelian (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi variabel independen.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. (Setyawati et al., 2022)1. Observasi, yaitu melakukan penelitian secara langsung ketopik penelitian untuk melihat kegiatan yang dilakukan. Kegiatan tersebut yaitu melakukan penelitian produk Sari Roti yang ada di Palembang.
- b. (Ni Putu Wistya Sari, 2004) Kuisisioner, yaitu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan untuk diberikan kepada orang lain dan bersedia memberikan respons sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Daftar pertanyaan berupa pertanyaan yang akan diisi atau dijawab oleh responden. Jumlah responden yang akan jawab dari jumlah daftar pertanyaan di dalam data

G. Pembahasan

(Suhud et al., 2022) Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan



pembelian, pembelian dapat melihat promosi iklan seperti di televisi yang dapat mengonfirmasi secara detail dan dapat ke tempat minimarket untuk membeli Sari Roti. Iklan yang ditampilkan memiliki tujuan untuk mempromosikan jenis produknya, sehingga pembeli dapat mengetahui lokasi tempat yang dijual untuk dapat membeli produk sari roti jika ingin dibeli.

H. Hasil Penelitian

Perumusan Penelitian

Berdasarkan hipotesis dalam penelitian ini:

A. Uji F

Nilai F tabel sebesar 24.933 maka terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Nilai sig $000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel X secara simultan terhadap variabel Y. H_a diterima sedangkan H_o ditolak.

B. Uji T

$000 < 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel X secara simultan terhadap variabel Y. F tabel sebesar 945 maka terdapat pengaruh signifikan variable X terhadap variable Y. H_a diterima sedangkan H_o ditolak

H1: Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sari Roti

H2: Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sari Roti

Pada pembahasan penelitian ini adalah pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Sari Roti adalah signifikan. (Dyno, 2020) Keputusan pembelian terhadap varian rasa yang enak dan sesuai dengan harga yang dipasarkan berpengaruh dengan kualitas produk yang dapat dijadikan sebagai keputusan pembelian.

C. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai Adjusted R Square (koefisien Determinasi) sebesar 0,623 yang artinya pengaruh Variabel Independen (X) terhadap variable dependen (Y) sebesar 0,623%



Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti menyimpulkan bahwa Keputusan Pembeli (Y), Harga (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sari Roti. Nilai F hitung sebesar 24.933 dengan signifikansi (sig) sebesar 000 serta dengan nilai Adjusted R2 sebesar 0,640

IV. HASIL ANALISIS DATA

Bagian ini menguraikan mengenai hasil dari analisis data.

A. Tes Validitas

Data ini dinyatakan valid, menunjukkan r-hitung > 0,6. Nilai korelasi lebih dari 0,05. Instrumen penelitian ini adalah pedoman kuesioner. Bahwa korelasi terhadap total skor menunjukkan hasil yang signifikan. Validitas ini mengukur pertanyaan dalam kuisisioner yang sudah dibuat. Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa probabilitas (sig.(2-tailed) hasil dari korelasi masing-masing skor total harus lebih besar a(0,05).

B. Tes Realibilitas

Pada penelitian ini, coach alpha sebesar 0,909 dan cronbach sebesar 0,909. Variabel ini bisa dikatakan sebagai reliabel dan amati jawaban responden. Dapat disimpulkan variabel tersebut dapat dikatakan sebagai reliabel dan konsisten dalam mengukur. Maka kuesioner memiliki tingkat realibilitas yang baik.

C. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Hasil perhitungan nilai Tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0.10. Nilai VIF menunjukkan hal tidak ada satu variabel independen yang memiliki VIF lebih dari 10. VIF sebesar 1000. Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Nilai Tolerance sebesar 1.000, yang menunjukkan keduanya tidak terjadi multikolinearitas. Persamaan



regresi yang didapat $Y = 782 + 1.817 X$ yang mana X adalah keputusan pembeli dan Y adalah Variabel. Bahwa pada kolom Sig. Nilainya 670 dan 353 yang berarti lebih besar dari 0,05 dengan menggunakan regresi Linier Berganda.

b. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi. Probabilitas yang diperoleh lebih besar dari taraf signifikan penelitian yaitu sebesar 0,05. Diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mendeteksi residual berdistribusi yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

c. Uji Heteroskedastitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya. Jika terjadi korelasi, dinamakan sebagai ada problem autokorelasi.

e. Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linearitas akan memperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear. Uji ini bertujuan untuk menghasilkan F -hitung. F -hitung sebesar 2.144

V. SIMPULAN

Di PT Nippon Indosari, karyawan yang mengkonsumsi sari roti untuk melakukan penjualan dan membuat konsumen tertarik terhadap produk Sari Roti. Keinginan konsumen untuk melakukan pembelian sesuai dengan selera dan harga yang sudah ditetapkan di minimarket untuk dibeli oleh konsumen saat



konsumen sedang berkunjung ke minimarket. Promosi adalah digunakan dalam aktivitas pemasaran, meski terkadang dipakai dalam dunia pekerjaan. Harga adalah senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibeli.

A. Keterbatasan

Apriatni, D. &. (n.d.). Promosi di perusahaan dapat dimaksimalkan agar keputusan pembelian terus mengalami peningkatan. Harga dan Promosi yang mempengaruhi keputusan pembelian dan selera konsumen untuk melakukan pembelian. Konsumen produk Sari Roti secara keseluruhan masih ada faktor yang diperhatikan oleh PT Nippon Indosari yang bertujuan untuk meningkatkan pembelian dari konsumen seperti menurunkan harga jual produk Sari Roti.

B. Saran

Pada aspek harga, produk Sari Roti disarankan untuk menetapkan harga untuk menyesuaikan selera konsumen, sehingga konsumen dapat memiliki minat untuk membeli produk Sari Roti. Produsen Sari Roti dapat memperhatikan harga agar bisa menyesuaikan dengan kualitas produknya. Sari Roti bisa memenuhi permintaan pasar dan membangun citra merek bagi konsumen. Harga sangat penting untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk serta informasi harga dapat diketahui oleh konsumen.

Aspek Promosi, produk Sari Roti yang bersih dan kemasan yang modern sesuai dengan harapan konsumen produk Sari Roti. Konsumen memiliki keputusan untuk melakukan pembelian untuk sebagai kebutuhan. Kualitas produk dapat mempengaruhi selera konsumen. Konsumen dapat memperhatikan kualitas produk yang ingin dibeli apakah produk ini tidak berbahaya dan dapat dikonsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, 'MODEL PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN SARI ROTI', 2016
Alkhafileano, 'Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Pada Pt Nippon Indosari Corpindo Tbk Palembang', 2022



- Andy&Elisa, 'Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Roti Viva Bakery, Total Persada - Tangerang', *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2.1 (2022), 266–77
<<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1325>> [accessed 17 May 2023]
- Apriatni, Danny &, 'Analisis Pengaruh Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Di Kota Semarang', 1–9
- Apriatni, Yulizar &, 'Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ACER', 024, 2016, 1–23
- Asset, Facility, 'Peranan Aspek Lingkungan Dalam Manajemen Aset Infrastruktur & Fasilitas', 2.2 (2018), 83–98
- Brand, Pengaruh, Image Penny, Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, and Harga Terhadap, 'Pengaruh Brand Image ...', 82–89
- Cardoba, Dyno, Dian Rokhmawati, and Roy Anugerah, 'Pengaruh Produk,Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Indomaret', *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 1.2 (2020), 23–33
- Daud, Zikriatul Ulya, 'Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro', *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7.2 (2018), 174
<<https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>>
- Dewi, Inggı Rovita ; Handayani Siti Ragil; Nuzula, Nila Firdausi, 'Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17.1 (2014)
- Dyno, Dian dan Roy, 'Pengaruh Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Di Indomaret (Studi Pada Minimarket Indomaret Mayjend Sungkono No. 99 Malang)', *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 1.2 (2020), 23–33
<<https://jppim.wisnuwardhana.ac.id/index.php/jppim/article/view/30>> [accessed 17 May 2023]
- Gandi, Vero Prakasa, and Retno Budi Lestari, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mammee Bakery Outlet M.Isa', *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3.1 (2021), 92–98
<<https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1619>>



- Handoyo, Nuri, Sekolah Tinggi, Ilmu Ekonomi, and Dharmaputra Semarang, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Reebok Pada After . Disc Di Kota Semarang', 2021
- Imam, 'Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan', *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 9.2 (2015), 80–101
- Liza, 'Analisis Penerapan Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Bakery Di Toko Nadi Roti, Bandar Lampung', 2016, 1–23
- Lusia, 'Pengaruh Harga , Persepsi Kualitas , Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi Xpander', 3.2 (2023)
- Muliasari, Risa Martha, and Dwi Rachmina, 'Keputusan Pembelian Dan Sikap Konsumen Roti (Merek Sari Roti)', *Jurnal Forum Agribisnis*, 2013, 89–104
- Ni Putu Wistya Sari, I Gst. Agung Ketut Sri Ardani, 'Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian', 4.i (2004), 16–45
- Nur, Azmy, and Anggi Pasca Arnu, 'Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen', *Forum Ekonomi*, 23.3 (2021), 383–90
<<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI>>
- Permatasari, Evi, Hanna Luthfiana, Nurul Aulia Pratama, and Hapzi Ali, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk (Literatul Reviwe Perilaku Konsumen)', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3.5 (2022), 522–29
- Pradana, Dedhy, Syarifah Hidayah, and Rahmawati Rahmawati, 'Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek BRAND IMAGE Terhadap Keputusan Pembelian Motor', *Kinerja*, 14.1 (2018), 16 <<https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>>
- Purwanto, Agus Budi, and Hendro Budhi Risaputro, 'Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Sari Roti Di Kota Semarang)', *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2.1 (2021), 77–88 <<https://doi.org/10.30812/rekan.v2i1.1120>>
- Rahmawaty, Penny, 'PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SARI ROTI', *JURNAL ILMU MANAJEMEN*, 11.2 (2014), 82–89



- <<https://doi.org/10.21831/JIM.V11I2.11788>>
- Selvie, Silvy & Lotje, 'Pengaruh Promosi, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Matahari Departemen Store Manado'
- Setyawati, Yani, Roy Saga, Ahmad Badrid Dujya, and Fathan Nabawiyal Amni, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Di Kecamatan Karya Penggawa Kabupaten Pesisir Barat', *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3.2 (2022), 143–48
<<https://doi.org/10.30812/target.v3i2.1253>>
- Sibuea, Erik Nelson, and Triana Ananda Rustam, 'Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sari Roti Pada Indomaret Griya Piayu Di Kota Batam', *ECo-Buss*, 5.1 (2022), 49–59 <<https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.305>>
- Sudarto, Totok, 'Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rumah Sakit Kelas VIP (Studi Kasus Pasien Di Kota Jember)', *Balances Economics, Bussiness, Management and Accounting Journal*, VII.14 (2011), 66–74
- Suherman, Oleh Agus, and Antoni Ludfi Arifin, 'Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumen Produk Sari Roti Pada Minimarket Indomaret Cabang Bogor 2', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10.1 (2022), 472–78
- Suhud, Cantik Wiradinda, Djoni Djatnika, and Dimas Sumitra Danisworo, 'Penilaian Kinerja Keuangan Menggunakan Metode Economic Value Added Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk', *Indonesian Journal of Economics and Management*, 2.2 (2022), 342–54 <<https://doi.org/10.35313/ijem.v2i2.3683>>
- Sundry, F, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas ...', 2019 <<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/6291>>
- Tulangow, Sharen G., Tinneke M. Tumbel, and Olivia F. C. Walangitan, 'Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9.3 (2019), 35
<<https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25129.35-43>>
- Utami, Endah Dwi, Intan Ferdina Pratiwi, and Vicky F. Sanjaya, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Di Bandar Lampung', *Jurnal Ekonomi Sakti*, 10.2 (2021), 18–29



PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN INDOMARET KOTA PALEMBANG

Risky Prayoga
(rizkyoppo933@gmail.com)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,
Palembang, Negara Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan Indomaret di kota Palembang serta untuk mengetahui pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. Jenis penelitian ini adalah bersifat empiris yang menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah indomaret yang ada di kota Palembang dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer yang merupakan data kuesioner. Dalam Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert, dalam uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas dan dalam pengeujian teknik hipotesis didalam penelitian ini menggunakan Uji T. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi variabel Gaya Kepemimpinan (X1) sebesar 0,975 lebih kecil dari Gaya Kepemimpinan 0,05. Oleh karena itu, tidak terlihat adanya hubungan antara Gaya Kepemimpinan dengan Kinerja Karyawan. Maka disimpulkan kinerja karyawan tidak banyak dipengaruhi oleh gaya pemimpin. Kemudian, pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan menunjukkan bahwa dengan nilai probabilitas 0,05, Disiplin Kerja memiliki nilai signifikansi 0,047 atau lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, tidak ada hubungan antara gaya kepemimpinan dengan kinerja karyawan. Maka dari itu disimpulkan bahwa kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Kata Kunci: Gaya Kepemimpinan, Disiplin Kerja, Kinerja Karyawan, Indomaret Kota Palembang

Abstract

Human resources or HR is an important figure in an organization or company. In order for a management activity to run optimally, the company must have employees who excel in knowledge and skills so that the performance produced by employees increases. This study aims to determine the effect of leadership style on the performance of Indomaret employees in Palembang city and to determine the effect of work discipline on employee performance. This type of research is empirical using a quantitative approach, the population in this study is Indomaret in the city of Palembang and the sample used in this study is 100 respondents. Types and sources of data in this study are using primary data which is questionnaire data. In the data collection technique using a Likert scale, in the classical assumption test using the normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test and in testing the hypothesis technique in this study using the T test. The results of this study indicate the significance value of the Leadership Style variable (X1) of 0.975 is smaller than Leadership Style 0.05. Therefore, there is no visible relationship between Leadership Style and Employee Performance. So it can be concluded that employee performance is not much influenced by the style of the leader. Then, the effect of work discipline on employee performance shows that with a probability value of 0.05, Work Discipline has a significance value of 0.047 or greater than 0.05. Therefore, there is no relationship between leadership style and employee performance. Therefore it is concluded that work affects employee performance.

Keyword: Leadership Style, Work Discipline, Employee Performance, Indomaret Palembang

I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia menjadi faktor terpenting di setiap perusahaan. Setiap perusahaan pasti membutuhkan sumber daya manusia yang mempunyai



potensi baik untuk menjalankan dan mengoperasikan perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah disepakati, agar tujuan tersebut tercapai.

Dalam rangka mengoptimalkan manajemen perusahaan, perusahaan harus mempekerjakan karyawan yang memiliki pengetahuan luas, keterampilan yang menarik dan bisa mengelola perusahaan secara optimal, sehingga kinerja karyawan di perusahaan dapat meningkat. Kinerja karyawan dapat dinilai berdasarkan kualitas pekerjaan sebagaimana dengan ketentuan yang ditentukan dari pihak perusahaan. Kinerja yang baik merupakan kinerja yang mencapai standar perusahaan dan membantu mencapai tujuan perusahaan.

Meningkatnya kinerja karyawan akan berpengaruh positif yang sangat signifikan bagi kemajuan perusahaan sehingga dapat bertahan dalam menghadapi kondisi di dalam suatu persaingan yang ketat dalam lingkungan bisnis yang kondisinya tidak stabil saat ini. Oleh karena itu, dalam rangka menjaga kualitas kinerja pegawai supaya terus lebih baik adalah salah satu masalah manajemen yang sulit dikarenakan keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan bergantung pada hasil kinerja pegawai yang berada di perusahaan.

Indomaret adalah salah satu anak perusahaan Grup Salim yaitu perusahaan PT Indomarco Prismatic yang bergerak di bidang pengoperasian Indomaret di jaringan ritel kontemporer di Indonesia. Ide untuk mendirikan toko yang dekat dengan daerah padat penduduk atau populasi besar pada awalnya dikembangkan oleh Indomaret tahun 1988. Berbagai kebutuhan pokok dipenuhi dan juga bermanfaat bagi lingkungan sekitar.

Belakangan ini permasalahan yang dialami oleh Indomaret adalah terkadang harga yang tertera di rak-rak barang atau lemari besi dengan harga saat di kasir berbeda, sehingga membuat konsumen protes bahkan marah kepada karyawan yang ada di kasir Indomaret. Selain itu, saat berbelanja di Indomaret, ada pelanggan atau konsumen yang menemukan kerusakan pada kemasan produk yang dijual, ada juga produk yang masih berlaku tanggal kadaluwarsanya atau belum kadaluarsa, namun untuk produknya saat dibuka dirumah sudah tidak layak untuk di konsumsi karena produk tersebut basi.

Permasalahan yang terjadi di supervisor dalam Indomaret Supervisor bahwa Indomaret dapat dikatakan tidak responsif. Hal tersebut mengartikan bahwa pemimpin tidak cepat dalam menanggapi permasalahan yang ada, kebutuhan serta harapan bawahannya. Seperti karyawan yang ingin melakukan tukar *shift* karena ada kepentingan yang menyebabkan karyawan tidak dapat hadir pada *shift* yang telah ditentukan dan akibatnya karyawan tersebut tidak hadir kerja. Selain itu, para pemimpin kurang terlibat dan aktif dalam mengatasi masalah atau hambatan yang muncul. Alih-alih mendukung dan mengembangkan karyawan, para manajer Indomaret lebih menekankan pada penyelesaian pekerjaan. Para supervisor di Indomaret tidak menghukum bawahan dengan tegas dan efektif ketika mereka melakukan kesalahan saat melakukan pekerjaan mereka.

Terdapat faktor-faktor negatif yang dapat menurunkan kinerja karyawan,



antara lain yaitu berkurangnya motivasi karyawan dalam bekerja, kurangnya tepat waktu dalam melaksanakan pekerjaan, pengaruh lingkungan karyawan yang menurunkan semangat dan tidak ada yang dapat memberikan contoh untuk mencapai kinerja karyawan yang baik. Semua itu adalah sebab dari terjadinya penurunan hasil kinerja karyawan.

Menurut Anggaeni (2013), Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Kepemimpinan transformasional berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan.

Menurut Ritawati (2013), Pengaruh Budaya Organisasi dan Kepemimpinan Transformasional terhadap Kinerja dan Kepuasan Kerja Karyawan pada PT Jamsostek (Persero) Cabang Surabaya. Kepuasan kerja, budaya organisasi, dan kinerja karyawan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kepemimpinan transformasional.

Karyawan yang disiplin memiliki sikap hormat terhadap peraturan dan ketentuan organisasi, yang mengarah pada penyesuaian diri secara sukarela terhadap peraturan dan ketentuan tersebut (Sutrisno, 2012:87). Selain itu, penggunaan komunikasi oleh manajer untuk mempengaruhi kesediaan karyawan dalam mempengaruhi tindakan-tindakan serta meningkatkan kesadaran individu tersebut untuk mengikuti semua kebijakan perusahaan dan standar-standar sosial yang relevan, semuanya tercakup dalam konsep disiplin kerja (Rivai dan Ella Sagala, 2013:825).

Kinerja merupakan hasil dari pekerjaan yang diselesaikan oleh karyawan sesuai dengan kriteria pekerjaan (Bangun, 2012: 231). Kinerja di sisi lain didefinisikan oleh Silalahi (2013:408) sebagai tingkat keberhasilan yang dicapai oleh seseorang dalam melakukan pekerjaan (pekerja) sebagai hasil dari usahanya. Cara lain untuk mendefinisikan kinerja yaitu sebuah tindakan yang dilakukan oleh seseorang untuk menghasilkan hasil yang berhubungan dengan pekerjaan relevan dengan posisinya di perusahaan (Rivai dan Ella Sagala, 2013:548).

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan Indomaret Palembang; pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan Indomaret Palembang; dan pengaruh gaya kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan indomaret Palembang

II. TELAAH LITERATUR

A. Grand Theory

Menurut teori kontingensi, kapasitas seorang pemimpin untuk mempengaruhi berubah tergantung pada keadaan kelompok. Fiedler menciptakan model kontingensi gaya kepemimpinan yang efektif dalam Manely, Usman, dan Devega (2016). Konsep tersebut menyatakan bahwa kinerja karyawan dalam organisasi bergantung pada sistem pemimpin dan sejauh mana pemimpin tersebut memiliki kendali dan pengaruh atas keadaan organisasi.

B. Gaya Kepemimpinan

Kartono (2008: 34) menyatakan bahwa seorang pemimpin dapat diidentifikasi dari sifat, kebiasaan, dan ciri-ciri kepribadiannya ketika berhubungan dengan bawahan atau personil bisnis lainnya. Seorang pemimpin dapat menggunakan gaya kepemimpinan mereka untuk membimbing bawahan atau karyawan. Gaya kepemimpinan merupakan metode dalam upaya merubah perilaku oranglain. Ketika mencoba mengubah perilaku orang lain ataupun bawahan, pemimpin menggunakan gaya kepemimpinan mereka sebagai standar perilaku. Dalam hal ini, sangat penting baginya untuk berusaha menyeimbangkan pendapat orang yang perilakunya akan dipengaruhi dan orang yang perilakunya akan dipengaruhi. (Thoha, 2010:303)

Tipe-tipe gaya kepemimpinan menurut Robins (2006) yaitu gaya kepemimpinan kharismatik, gaya kepemimpinan transaksional, gaya kepemimpinan transformasional, dan gaya kepemimpinan visioner.

Adapun indikator gaya kepemimpinan menurut Kartono (2008:34) yaitu: Pertama, pengambilan keputusan melihatkan pendekatan metodis terhadap berbagai kemungkinan yang harus dipertimbangkan; Kedua, kapasitas untuk menginspirasi orang lain; Ketiga, diperlukan kemampuan untuk menyampaikan pesan, ide atau konsep secara tegas dan akurat; Keempat, kapasitas untuk memerintah orang lain untuk mencapai tujuan utama; Kelima, pemimpin harus bertanggung jawab kepada tim.

C. Disiplin Kerja

Disiplin kerja menurut Veithzal Rivai dan Ella Jauvani (2009) merupakan suatu upaya yang dilakukan untuk mengajak karyawan agar mereka dapat memperbaiki perilaku dan menciptakan rasa kesadaran dan ketersediaan mereka untuk mengikuti semua ketentuan yang berlaku baik yang menyangkut perusahaan maupun norma-norma yang berlaku.

Henry Simamora (2004:610) mendefinisikan disiplin sebagai suatu cara mengoreksi atau menegur orang yang tidak mematuhi norma atau prosedur yang telah ditetapkan. Pengekangan karyawan dan penerapan disiplin secara terus menerus menunjukkan komitmen organisasi terhadap tim kerja karyawannya. Karyawan yang melanggar kriteria yang telah ditetapkan akan dikenakan tindakan *disipliner*, yang berakibat pada pemberian hukuman.

Disiplin memiliki dua arti, pertama yaitu seseorang dapat belajar atau mengubah perilakunya dengan menerima imbalan atau hukuman, dan kedua disiplin ini hanya berlaku untuk sanksi yang diambil terhadap pelanggar yang melakukan kesalahan atau pelanggaran. (Edy Sutrisno, 2017)

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi disiplin kerja karyawan yaitu kepemimpinan, kompensasi, penghargaan, kemampuan, keadilan, pengawasan, lingkungan, sanksi hukuman, loyalitas dan organisasi. Selain itu, ada juga indikator-indikator disiplin kerja yang bisa dilakukan oleh seluruh

pegawai perusahaan yaitu ketaatan waktu dan tanggung jawab.

D. Kinerja Karyawan

Kinerja adalah tercapainya tujuan pekerjaan sesuai dengan peraturan dan ketentuan perusahaan atau organisasi yang relevan. Mathis dan Jackson (2006) mengemukakan bahwa kinerja terutama mengacu pada apa yang dilakukan oleh karyawan di dalam perusahaan. Kinerja adalah hal yang mendefinisikan bagaimana usaha-usaha karyawan kepada perusahaan. Meningkatkan kualitas kinerja baik merupakan tujuan utama dari inisiatif perusahaan untuk meningkatkan hasil kinerja karyawan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dalam suatu perusahaan menurut Syiti Romalla (2008) yaitu ketersediaan peralatan dan barang; lingkungan kerja; job description dan tanggung jawab; visi, misi dan budaya organisasi; sistem komunikasi dan cara kerja pimpinan; pelatihan dan pengembangan diri; serta bonus dan insentif. Terdapat beberapa indikator dalam menilai hasil kerja secara individu menurut Robbins, (2006:260) yaitu kualitas, kuantitas, ketepatan waktu, efektivitas, dan kemandirian.

E. Pengembangan Hipotesis

Penulis telah mengembangkan hipotesis berikut ini berdasarkan uraian di atas:

a. Hipotesis 1

H₁: Ada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan Indomaret Palembang

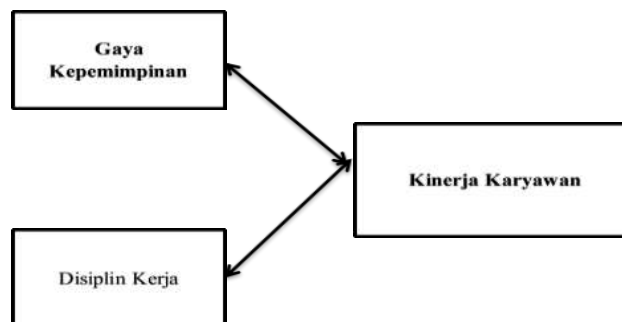
H₀: Tidak ada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan Indomaret Palembang

b. Hipotesis 2

H₂: Ada pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan Indomaret Palembang

H₀: Tidak ada pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan Indomaret Palembang

F. Kerangka Teoritis



Gambar 1. Kerangka Teoritis

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dan penelitian empiris. Penelitian empiris menurut Sugiyono (2017) adalah teknik yang dapat dilihat dengan mata telanjang, memungkinkan orang lain untuk melihat dan memahami teknik yang digunakan berdasarkan pengetahuan langsung atau pengalaman observasi.

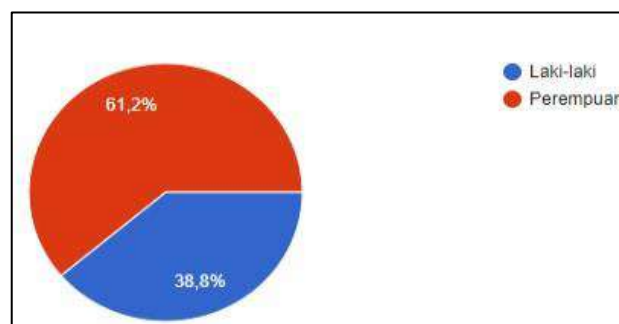
Menurut Sugiyono (2008), istilah populasi mengacu pada kategori barang atau orang yang digunakan peneliti dan dari mana mereka dapat menarik kesimpulan. Indomaret di Palembang adalah populasi penelitian ini. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang karyawan Indomaret di Palembang. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei, selain itu peneliti juga berpartisipasi aktif dalam pengumpulan data dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner, wawancara terstruktur, dan teknik lainnya (Sugiyono, 2010). Karyawan Indomaret Palembang disurvei untuk penelitian ini dengan menggunakan kuesioner.

Variable penelitian adalah *attributes, properties, or values, objects*, atau *activities* yang memiliki kriteria tersendiri yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan disimpulkan. (Sugiyono, 2014). Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua variabel antara lain: Pertama, variabel independen yaitu Disiplin Kerja (X) dan Pengaruh Gaya Kepemimpinan (X1); Kedua, variabel dependen yaitu Kinerja Karyawan (Y)

Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan SPSS (*Statistical package for social sciences*), untuk membantu pengujian data. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan uji kelayakan instrumen, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik berganda, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

IV. HASIL PENELITIAN

Responden yang digunakan penelitian ini berjumlah 100 responden. Jumlah sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *sampling purposive* berdasarkan pertimbangan tertentu. Berikut merupakan penyajian profil

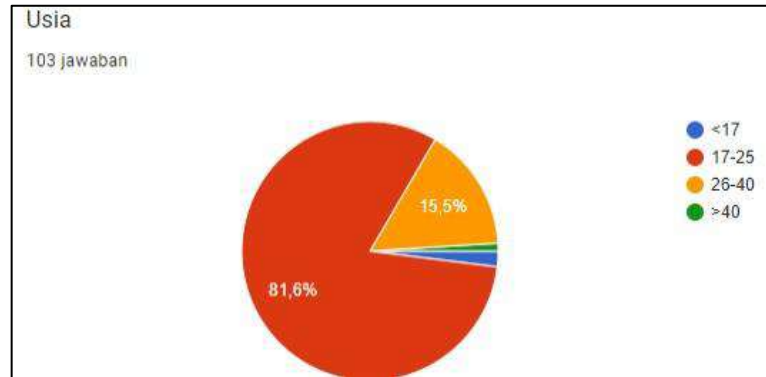


responden:

Gambar 2. Diagram Profil Responden: Jenis Kelamin

Sumber: Data primer kuesioner (2022)

Berdasarkan hasil karakteristik responden diagram diatas, diketahui responden perempuan 63 orang atau sebesar 61,2% dan responden laki-laki sebesar 38,8% atau 40 orang yang merupakan Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Disiplin Karja Terhadap Kinerja Karyawan Indomaret Kota Palembang

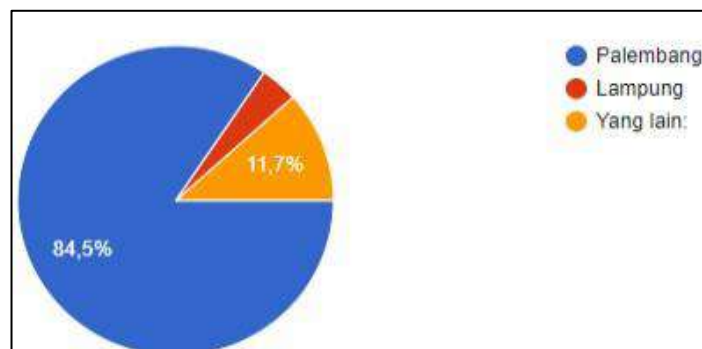


Perempuan.

Gambar 3. Diagram Profil Responden: Usia

Sumber: Data primer kuesioner (2022)

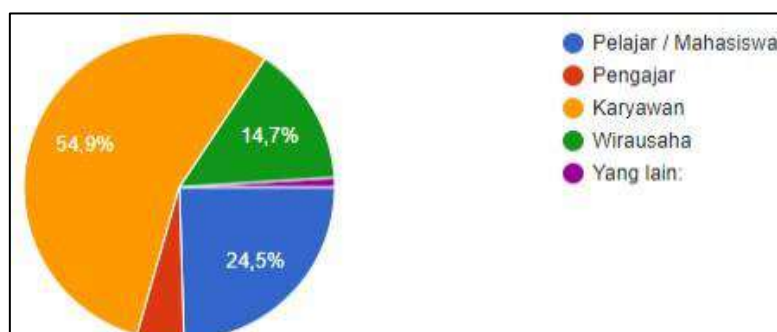
Berdasarkan hasil karakteristik responden dari diagram tersebut, dapat diketahui bahwa responden yang berusia <17, 84, 18 orang berusia 26-40 tahun, dan yang berusia > 40 tahun, 1 Orang. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas usia responden pada penelitian ini yaitu berusia 17-25 tahun.



Gambar 4. Diagram Profil Responden: Domisili

Sumber: Data primer kuesioner (2022)

Berdasarkan hasil karakteristik responden dari diagram tersebut, dapat diketahui bahwa responden yang berdomisili di Palembang sebanyak 87 orang



dan yang berdomisili diluar Palembang sebanyak 16. Maka, kesimpulannya bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berasal dari luar Palembang.

Gambar 5. Diagram Profil Responden: Pekerjaan

Sumber: Data primer kuesioner (2022)

Berdasarkan hasil karakteristik responden dari diagram tersebut, dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak 56 orang, pelajar / mahasiswa 25 orang, wirausaha 15 orang, pengajar 5, lainnya 1 orang. Kesimpulannya yaitu Kinerja Karyawan Indomaret Kota Palembang memiliki Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Disiplin Kerja yaitu Karyawan

Tabel 1. Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Masing-Masing Variabel

Variabel	Rata-Rata
Gaya Kepemimpinan	4,3425
Displin Kerja	4,45
Kinerja Karyawan	4,4975

Berdasarkan tabel 1, maka dapat dilihat bahwa variabel Kinerja Karyawan memiliki hasil rata-rata tertinggi yakni 4,4975. Sebaliknya variabel Gaya Kepemimpinan memiliki rata-rata terkecil dibanding dengan variabel lainnya yakni 4,3425.

Tabel 2. Rata-Rata Jawaban Responden mengenai Pernyataan pada Variabel Persepsi Harga

Pernyataan	Rata-Rata
GK1	4,24
GK2	4,37
GK3	4,38
GK4	4,38

Berdasarkan tabel 2 bahwa pernyataan GK 3 memiliki rata-rata tertinggi yaitu 4,38 yang menunjukkan bahwa responden setuju bahwa yang memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan. Sebaliknya pernyataan GK1 yang memiliki rata rata terendah.

Tabel 3. Rata-Rata Jawaban Responden mengenai Pernyataan pada Variabel Kualitas Layanan

Pernyataan	Rata-Rata
DK1	4,48
DK2	4,42
DK3	4,45
DK4	4,44



Berdasarkan tabel 3 bahwa pernyataan DK1 memiliki rata-rata tertinggi yaitu 4,48. Sebaliknya pernyataan DK2 memiliki rata-rata jawaban terendah yaitu 4,42.

Tabel 4. Rata-Rata Jawaban Responden Mengenai Pernyataan Pada Variabel Keputusan Pembelian

Pernyataan	Rata-Rata
KK1	4,48
KK2	4,45
KK3	4,5
KK4	4,51

Berdasarkan tabel 4 bahwa pernyataan KK4 memiliki rata-rata tertinggi yaitu 4,5. Sebaliknya pernyataan KK2 memiliki rata-rata jawaban terendah yaitu 4,45.

A. Uji Kualitas Data

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Sig	Keterangan
Gaya Kepemimpinan (X1)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Disiplin Kerja (X2)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Kinerja Karyawan (X3)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 5, maka dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan kuesioner telah valid dikarenakan nilai signifikansi $< 5\%$ atau 0,05.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Gaya Kepemimpinan (X1)	1	0,836	Reliabel
	2		
	3		
	4		

	1	0,836	Reliabel
Disiplin Kerja (X2)	2		
	3		
	4		
Kinerja Karyawan (X3)	1	0,836	
	2		
	3		
	4	0,000	

Berdasarkan tabel 6, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian telah reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha > 0,7.

B. Uji Asumsi Klasik

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	(2-0,082	Normal

Hasil signifikansi 2-tailed 0,082 dan dapat dikatakan residual terdistribusi normal karna nilai signifikansi kolomogrof-smirnof test di atas 5%

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance VIF	
Profitabilitas	0,977	1,024
Produktivitas	0,977	1,024

Dapat di lihat dari data di bawah Nilai VIF di bawah 5, Nilai Tolerance di atas 0,1. Dapat di simpulkan bahwa di antara variabel independen tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Profitabilitas	0,132	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Produktivitas	0,687	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Nilai siginfikasi di atas 5% dapat di simpulkan tidak terjadi Heteroskedastisitas pada variabel penelitian.

V. PEMBAHASAN

A. Analisis Hasil Regresi Linear

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

	B	Beta	t	Sig.
Constant	13,341		5.101	0,000
Gaya Kepemimpinan	-0,004	0,122	-0,03	0,975
Disiplin Kerja	0,260	0,107	2.429	0,047

Nilai koefisien konstanta (a) yang diperoleh sebesar 13,431 sesuai dengan tabel di atas. Hal ini menggambarkan bahwa jika Gaya Kepemimpinan (X1) dan Disiplin Kerja (X2) tidak ada, maka Kinerja Karyawan akan selalu sama dengan 13,431. Oleh karena itu, nilai koefisien regresi variabel Gaya Kepemimpinan sebesar -0,004. Kinerja Karyawan (Y) akan naik sebesar -0,004 untuk setiap kenaikan 1% Gaya Kepemimpinan (X). Nilai koefisien regresi variabel Disiplin Kerja sebesar 0,260. Hal ini menunjukkan bahwa Kinerja Karyawan (Y) akan naik sebesar 0,260 untuk setiap peningkatan 1% Disiplin Kerja (X2). Dengan demikian, Disiplin Kerja (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y), sedangkan Gaya Kepemimpinan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan (Y). Oleh karena itu, persamaan regresi yang ditemukan adalah sebagai berikut.

$$Y = 13.431 + -0,004X1 - 0,260X2 + e$$

B. Analisa Hasil Pengujian Hipotesis

- a. Pengaruh Gaya Kepemimpinan (X1) terhadap Kinerja Karyawan (Y) Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Gaya Kepemimpinan (X1) sebesar 0,975 atau lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Oleh karena itu, tidak terlihat adanya hubungan antara Gaya Kepemimpinan (X1) dengan Kinerja Karyawan (Y). Oleh karena itu, tidak terdapat hubungan yang nyata antara Gaya Kepemimpinan (X1) dengan Kinerja Karyawan (Y). Untuk mendukung hipotesis nol (H1): Kinerja karyawan tidak banyak dipengaruhi oleh gaya pemimpin.
- b. Pengaruh Disiplin Kerja (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) Tabel 11 menunjukkan bahwa, dengan nilai probabilitas 0,05, Disiplin Kerja memiliki nilai signifikansi 0,047 atau lebih tinggi. Oleh karena itu, tidak ada hubungan antara gaya kepemimpinan dan kinerja karyawan. Oleh karena itu, premis (H2) ditolak: Disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
0,242	0,058	0,039	1,24230

Nilai adjusted R square sebesar 0,058 atau 58%, seperti yang dapat dilihat dari hasil temuan pada tabel di atas. Oleh karena itu, dapat



dikatakan bahwa gaya kepemimpinan dan disiplin kerja, baik secara terpisah maupun bersama-sama, menyumbang 58% terhadap kinerja karyawan. Sedangkan faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini menyumbang 32% sisanya.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan yang ditawarkan Lazada terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Kota Palembang, maka kesimpulannya adalah: Pertama, Nilai signifikansi variabel Gaya Kepemimpinan (X1) sebesar 0,975 atau lebih kecil dari nilai Gaya Kepemimpinan 0,05. Oleh karena itu, tidak terlihat adanya hubungan antara Gaya Kepemimpinan (X1) dengan Kinerja Karyawan (Y). Untuk mendukung hipotesis nol (H1): Kinerja karyawan tidak banyak dipengaruhi oleh gaya pemimpin; Kedua, Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja karyawan menunjukkan bahwa dengan nilai probabilitas 0,05, Disiplin Kerja memiliki nilai signifikansi 0,047 atau lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, tidak ada hubungan antara gaya kepemimpinan dengan kinerja karyawan. Oleh karena itu, tidak ada hubungan antara gaya kepemimpinan dan kinerja karyawan. Oleh karena itu, premis (H2) ditolak: Disiplin kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Berdasarkan uraian kesimpulan, maka peneliti memberikan saran pertama kepada pihak perusahaan Indomaret untuk mencoba mengubah Gaya Kepemimpinan kepada Karyawan, karena jika pemimpin dapat berinteraksi dengan baik kepada karyawan, maka kinerja karyawan akan meningkat. Kedua, perusahaan perlu memperbaiki disiplin kerja pada karwayannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanggi, Aurelia, dan Hunik Sri Runing Sawitri. 2016. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi pada Kinerja Guru dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Bisnis dan manajemen* 16(1). doi: <https://doi.org/10.20961/jbm.v16i1.4076>.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rivai, Veithzal, dan Ella Sagala. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Press.
- RompasËj, Goverd Adler C., Bernhard. Tewal, dan Lucky O. H. D. 2018. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Pengawasan, dan Disiplin Kerja Terhadap Pegawai pada Dinas Perhubungan Kabupaten Minahasa Tenggara." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(4). doi: <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20919>.



- Silalahi, Ulber. 2013. *Asas-asas Manajemen*. Bandung: Refika Aditama.
- Sougui, Ali Orozi, Abdul Talib Bin Bon, dan Husein M. H. H. 2015. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan Teknik Telekomunikasi.” *Jurnal AENSI* 8(4).
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, Herry. 2018. “Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Selaras Karya Raya Jakarta.” *JENIUS: Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia* 2(1). doi: <http://dx.doi.org/10.32493/JJSDM.v2i1.1932>.
- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan Teori Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Ekonisia.



PENGARUH STRES KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN BERSTATUS MAHASISWA DI KOTA PALEMBANG

Simon Yam
(yamsimon30@gmail.com)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,
Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan perusahaan yang berstatus mahasiswa di kota Palembang. Faktor-faktor tersebut yaitu stres kerja dan motivasi kerja. Karyawan yang memiliki motivasi kerja yang tinggi akan memberikan dampak positif bagi organisasi, sehingga tujuan organisasi tercapai. Sedangkan kebalikannya, apabila karyawan yang memiliki stres kerja yang tinggi maka akan mempengaruhi secara negative pada kinerja karyawan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menyebar kuesioner sebanyak 103 responden karyawan yang berstatus mahasiswa di kota Palembang. Penelitian ini menggunakan penelitian empiris dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket (kuisisioner) dimana setiap pernyataan dirumuskan dalam skala likert dan terdapat 5 skala. Analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Kata Kunci: Stres Kerja, Motivasi Kerja, Kinerja Karyawan

Abstract

This study aims to determine the factors that influence the performance of company employees with student status in the city of Palembang. These factors are work stress and work motivation. Employees who have high work motivation will have a positive impact on the organization, so that organizational goals are achieved. On the other hand, if an employee has high work stress, it will negatively affect employee performance. Hypothesis testing was carried out by distributing questionnaires to 103 employee respondents who were students in the city of Palembang. This study uses empirical research with a quantitative approach. The method used in sampling is using purposive sampling technique. Data collection techniques in this study used a questionnaire method where each statement was formulated on a Likert scale and there were 5 scales. The analysis used is validity test, reliability test, classical assumption test, and hypothesis test.

Keyword: Work Stress, Work Motivation, Employee Performance

I. PENDAHULUAN

Saat ini, di zaman yang terus berkembang, banyak orang yang berusaha mengumpulkan uang dan memaksimalkan potensi dan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Karena itu, kebanyakan orang berlomba-lomba untuk menemukan potensi dan bakatnya. Jika seseorang memiliki potensi dan bakat serta mau bekerja keras untuk mengembangkannya, maka akan membuahkan hasil yang baik dan maksimal. Memaksimalkan potensi dan kemampuan mereka terjadi dengan berbagai cara dan sarana, termasuk melalui pekerjaan.



Kuliah sambil bekerja tidak hanya tersedia di Indonesia, tetapi juga di banyak negara lain. Hal ini terjadi baik di negara berkembang maupun negara maju. Bagi sebagian mahasiswa, karena situasi keuangan yang agak sulit, perlu dicarikan solusi untuk membayar SPP dan kebutuhan lainnya. Beberapa dari mereka bekerja dan juga mandiri. Hal ini didukung oleh pendapat bahwa biaya kuliah yang sangat tinggi di masa krisis seperti saat ini menyebabkan fenomena yang berkembang bahwa banyak mahasiswa kuliah sambil bekerja (Hadianto & Johan, 2006, Fasti Rola, 2011). Ada banyak alasan mengapa mahasiswa bekerja selain untuk membayar uang sekolah, antara lain uang saku, pengalaman baru, teman dan lingkungan yang baru, serta mengejar hobi dan mengisi waktu luang.

Fenomena mahasiswa yang bekerja bukanlah hal yang baru. Banyak dari mahasiswa tersebut mencari tambahan penghasilan untuk mencukupi kebutuhan kehidupannya. Mahasiswa yang bekerja adalah individu yang menjalani aktivitas perkuliahannya sambil bekerja dalam suatu lembaga usaha. Namun pada kenyataannya, sulit bagi orang yang harus bekerja dan belajar pada saat yang sama. Mereka memiliki lebih banyak hal yang harus dilakukan daripada orang yang hanya pergi ke kampus saja. Ini bisa membuat mereka merasa lelah dan stres, yang tidak baik untuk tubuh dan pikiran mereka. Tidak mudah bagi mereka untuk memperhatikan atau menjalani proses perkuliahan sambil bekerja. Stres yang timbul biasanya terjadi karena beban kerja yang terlalu tinggi atau ada tekanan baik dari lingkungan internal perusahaan maupun dari lingkungan eksternal. Stres yang dialami oleh karyawan secara langsung akan mempengaruhi kinerja mereka. Menurut Robins dan Judge (2015:430) penyebab stres berasal dari faktor lingkungan, faktor organisasi dan faktor pribadi. Ketika orang dewasa mengalami stres kerja yang berlebihan, hal itu dapat membuat mereka tidak melakukan pekerjaannya dengan baik dan mempengaruhi kinerja, hal itu pun berlaku pada karyawan yang berstatus mahasiswa di Kota Palembang.

Gehee (2015) mengatakan bahwa ketika orang perlu bekerja dengan sangat baik, hal itu dapat membuat mereka merasa sangat khawatir dan kesal, ini banyak terjadi di perusahaan besar, dan sangat penting untuk memperhatikan masalah ini. Perusahaan harus memperhatikan stres kerja karyawannya, karena karyawan merupakan aset berharga bagi perusahaan yang merupakan faktor penting untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Jika stres kerja karyawan tinggi, maka dikhawatirkan kinerja karyawan akan berkurang.

Selain stres kerja, motivasi kerja juga dapat mempengaruhi kinerja dari karyawan. Malayu S.P Hasibuan (2022:143), mengatakan bahwa motivasi kerja ibarat kekuatan super yang membuat orang bersemangat untuk bekerja dan melakukan yang terbaik, ini membantu mereka bekerja dengan baik dengan orang lain dan merasa bahagia ketika mereka mencapai tujuan mereka. Motivasi kerja pada mahasiswa bisa karena untuk pemenuhan kebutuhan



keuangan, atau sekedar mengisi waktu luang, ingin mendapatkan pengalaman bekerja, ingin meningkatkan keterampilan komunikasi, ingin meningkatkan keterampilan dan keahlian dalam bekerja sehingga dapat meningkatkan karier di masa yang akan datang. Pengaruh faktor-faktor pendorong itu tampaknya berbeda kekuatannya antara mahasiswa yang satu dengan yang lainnya. Namun, menurut beberapa penelitian, faktor-faktor tersebut hampir seluruhnya memberikan pengaruh pada kebanyakan orang. Motivasi karyawan bila dikelola dengan baik akan menjadi penggerak perilaku individu karyawan untuk meningkatkan prestasi kerja. Maka dari itu motivasi kerja sangat diperlukan agar pekerja dapat meningkatkan kinerja pekerja.

Motivasi merupakan faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, dimana karyawan yang memiliki motivasi yang tinggi tentunya akan mampu menghasilkan kinerja yang baik, dan motivasi yang diberikan perusahaan juga sangat berpengaruh pada kinerja karyawan yang dapat menaungi beban kerja karyawan. Stres kerja dan motivasi kerja merupakan peran yang sangat berpengaruh dalam tingkat kinerja karyawan suatu perusahaan, dimana kinerja karyawan merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan. Ketika seseorang melakukan suatu pekerjaan, mereka berusaha melakukannya dengan baik untuk mencapai suatu tujuan. Melakukannya dengan baik berarti mengikuti aturan dan melakukannya dengan cara yang benar.

Ketika seseorang melakukan suatu pekerjaan, mereka berusaha melakukannya dengan baik untuk mencapai suatu tujuan. Melakukannya dengan baik berarti mengikuti aturan dan melakukannya dengan cara yang benar. Robbins dalam Bintoro dan Daryanto (2017: 105) mendefinisikan kinerja adalah suatu hasil yang dicapai oleh pekerja dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan.

Hasil kerja ini dapat menunjukkan apakah seseorang pekerja tersebut menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik atau tidak sesuai dengan apa yang telah dikerjakan. Kinerja ini dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk penilaian dan pengendalian terhadap manajemen sumber daya manusia yang ada di organisasi perusahaan. Jika suatu pekerja melaksanakan pekerjaannya dengan baik maka akan menghasilkan kinerja yang baik yang dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan dan keberhasilan organisasi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Banyak faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dalam menjalankan pekerjaannya menurut Bintoro dan Daryanto (2017:109), yaitu fasilitas kantor, lingkungan kerja, prioritas kerja, supportive boss, dan bonus.

Berdasarkan penelitian Cokorda Istri Ari Sintya Dewi dan I Made Artha Wibawa (2016) mengenai Pengaruh Stres Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank BPD Bali Cabang Ubud, 47 responden menunjukkan bahwa stres kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja



karyawan dan motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Menurut penelitian Danty Amira (2018) sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Motivasi Kerja, Manajemen Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Paruh Waktu Berstatus Mahasiswa di Kota Malang berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Berdasarkan fenomena ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh dari Stres Kerja serta Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan berstatus mahasiswa di Kota Palembang. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini antara lain: (1) Apakah stres kerja berpengaruh signifikan dan negatif terhadap kinerja karyawan berstatus mahasiswa di Kota Palembang? (2) Apakah motivasi kerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja karyawan berstatus mahasiswa di Kota Palembang?

II. TELAAH LITERATUR

Stres terjadi ketika seseorang memiliki banyak hal untuk dilakukan atau merasa khawatir atau tertekan tentang sesuatu. Hal ini dapat membuat mereka merasa berbeda di dalam dan di luar. Irham Fahmi (2016:214) mendefinisikan bahwa “Stres adalah suatu keadaan yang menekan diri dan jiwa seseorang di luar batas kemampuannya, sehingga jika terus dibiarkan tanpa ada solusi maka ini akan berdampak pada kesehatannya. Stres tidak timbul begitu saja namun sebab-sebab stres timbul umumnya diikuti oleh faktor peristiwa yang mempengaruhi kejiwaan seseorang, dan peristiwa itu terjadi di luar dari kemampuannya sehingga kondisi tersebut telah menekan jiwanya.” Saat orang dewasa pergi bekerja, mereka bisa khawatir atau kesal dengan pekerjaan mereka dan itu bisa membuat mereka bertindak berbeda. Inilah yang disebut stres kerja, ini tidak selalu buruk, dan biasanya hilang dengan sendirinya. Menurut King (dalam Asih, et al., 2018:2) “Stres kerja adalah suatu kondisi ketegangan yang menciptakan adanya ketidakseimbangan fisik dan psikis, yang mempengaruhi emosi, proses berpikir, dan kondisi seorang karyawan. Stres pada pekerjaan (Job Stress) adalah pengalaman stres yang berhubungan dengan pekerjaan”.

Hal-hal tersebut dapat menimbulkan stres bagi orang yang bekerja. Indikator stres kerja menurut Robbins (Jafar, 2018:14-15) berbunyi sebagai berikut:

- a. Tuntutan pekerjaan adalah faktor yang berhubungan dengan pekerjaan seperti kondisi kerja dan sifat fisik pekerjaan.
- b. Tuntutan peran, yaitu tekanan yang diberikan pada seseorang karena peran organisasi tertentu.
- c. Tuntutan interpersonal adalah beban yang berasal dari karyawan lain.



- d. Struktur organisasi, gambaran tentang kelembagaan, ditandai dengan ketidakjelasan struktur organisasi, ketidakjelasan tugas, peran, wewenang dan tanggung jawab
- e. Kepemimpinan organisasi memberikan suatu organisasi gaya kepemimpinan di mana beberapa pihak dapat menciptakan iklim organisasi yang tegang, cemas dan takut. Stres kerja dapat mempengaruhi keadaan fisik dan mental seseorang. Hal ini dapat menyebabkan seseorang menjadi cemas, mudah tersinggung dan kehilangan semangat untuk bekerja, yang dapat menghambat kreativitasnya.

Stanford dalam Mangkunegara (2007) mengemukakan bahwa motivasi adalah keadaan energi suatu organisme yang mengarahkan organisme tersebut menuju kategori tujuan tertentu (motivasi kerja sebagai keadaan yang menggerakkan orang menuju tujuan tertentu). Dapat juga dikatakan bahwa motivasi kerja merupakan energi yang memacu kegairahan. Menghadapi pengaruh diskriminasi dan kondisi kerja yang bising, getaran yang berlebihan, kotoran, ambiguitas peran, struktur dan iklim organisasi yang buruk berdampak negatif dan memengaruhi motivasi karyawan.

Dalam penelitian ini indikator motivasi kerja mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Abraham Maslow yaitu:

- a. **Kebutuhan Fisiologis**
Anda memiliki kebutuhan paling dasar seperti makanan, minuman, oksigen, tempat tinggal, pakaian, dll.
- b. **Kebutuhan Keamanan**
Ketika kebutuhan fisiologis terpenuhi, muncul kebutuhan berikutnya, yaitu kebutuhan akan rasa aman. Kebutuhan internal meliputi perlindungan dan keamanan terhadap bahaya kecelakaan kerja, jaminan kelangsungan pekerjaan dan jaminan saat pensiun dari pekerjaan di hari tua.
- c. **Kebutuhan Sosial**
Ketika kebutuhan fisiologis dan kebutuhan keamanan terpenuhi, kebutuhan sosial muncul. Kebutuhan ini termasuk persahabatan, koneksi, dan interaksi yang lebih dekat dengan orang lain. Dalam sebuah organisasi, ini menyiratkan perlunya pengawasan yang baik, kelompok kerja yang kompak, hiburan bersama, dll.
- d. **Kebutuhan Penghargaan**
Kebutuhan akan penghargaan meliputi keinginan untuk dihargai dan dihargai atas prestasi, pengakuan atas keterampilan dan kemampuan, serta efektifitas kerja.
- e. **Kebutuhan Aktualisasi Diri**
Aktualisasi diri adalah bagaimana mencapai level tertinggi dalam permainan. Itu berarti mengeluarkan yang terbaik dari diri Anda



Menurut Sinambela dkk. (2017:105) Kinerja pegawai didefinisikan sebagai kemampuan pegawai untuk melaksanakan kompetensi profesional tertentu. Kinerja pegawai sangat penting karena kinerja menunjukkan seberapa lama kemampuan pegawai dalam menyelesaikan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya.

Menurut Mangkunegara (2017:139) Kinerja adalah hasil kuantitas dan kualitas kerja yang dilakukan oleh pekerja dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya. Kinerja pegawai sangat erat kaitannya dengan kompensasi organisasi atau perusahaan tempat mereka bekerja.

Menurut Robbins, Bintoro dan Daryanto (2017:107) berikut indikator untuk mengukur kinerja individu pegawai, yaitu:

- a. Kualitas
Kualitas pekerjaan dapat diukur dengan persepsi karyawan terhadap kualitas pekerjaan yang dilakukan dan kelengkapan tugas dengan keterampilan dan kemampuan karyawan.
- b. Kuantitas
Kuantitas dipahami sebagai kuantitas yang diproduksi, misalnya dinyatakan sebagai jumlah unit, oleh karena itu jumlah siklus operasional yang diselesaikan.
- c. Ketepatan Waktu
Ketepatan waktu adalah tingkat aktivitas yang tercermin dalam keselarasan dengan hasil dan penggunaan waktu yang tersedia untuk aktivitas lain.
- d. Efisiensi
Efisiensi artinya pemanfaatan sumber daya organisasi (bahan baku, teknologi, uang dan tenaga kerja) dimaksimalkan dengan tujuan meningkatkan sarana hasil pemanfaatan tiap unit.
- e. Kemandirian
Kemandirian dipahami sebagai derajat pegawai yang mampu menyelesaikan tugas pekerjaannya.

A. Sub-judul Tinjauan Pustaka

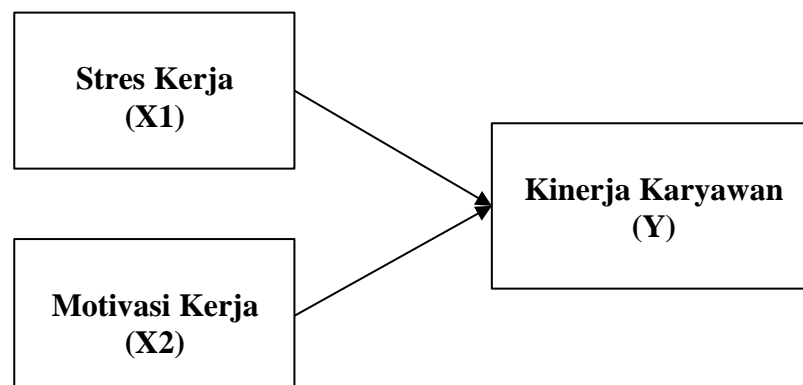
Karyawan yang sedang menempuh pendidikan memiliki tanggung jawab dan beban kerja yang lebih banyak, sehingga dapat menimbulkan konflik peran antara belajar dan bekerja yang menyebabkan stres dan menurunkan produktivitas atau kinerja. Menurut Robins dan Hakim (2013:430), stres berasal dari faktor lingkungan, organisasi, dan pribadi. Stres kerja dapat menyebabkan gejala fisiologis, psikologis, dan perilaku yang negatif terhadap kinerja karyawan. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa stres kerja berdampak negatif terhadap kinerja

karyawan. Selain stres kerja, motivasi kerja juga mempengaruhi kinerja karyawan. Menurut Malayu SP Hasibuan (2022:143), motivasi kerja adalah faktor penting yang memengaruhi semangat dan efektivitas kerja karyawan, serta meningkatkan kemampuan dan keterampilan untuk karir masa depan. Karyawan yang memiliki motivasi tinggi cenderung menghasilkan kinerja yang baik. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja pegawai. Oleh karena itu, motivasi kerja harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan efisiensi kerja karyawan. Semakin tinggi motivasi kerja karyawan, semakin tinggi pula prestasi kerjanya.

a. Hipotesis Penelitian

H1: Terdapat pengaruh negatif dan signifikan stres kerja terhadap kinerja karyawan berstatus sebagai mahasiswa di Kota Palembang.

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan berstatus sebagai mahasiswa di Kota Palembang.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

III. METODE PENELITIAN

Studi ini ialah suatu penelitian empiris yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2017:2) menyatakan bahwa penelitian empiris merujuk pada penelitian yang dapat diamati oleh indera manusia dan dapat dilihat oleh orang lain. Pendekatan kuantitatif, yang didasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Metode ini melibatkan pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen, yakni stres kerja (X1) dan motivasi kerja (X2), terhadap variabel dependen, yaitu kinerja karyawan (Y). Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai karyawan berstatus mahasiswa dan memiliki pendapatan di Kota Palembang dan berusia minimal 18 tahun. Teknik pengumpulan data yang digunakan



adalah teknik survei yang didukung dengan alat instrument kuesioner dan disebarakan melalui Google Form. Kuesioner ini menggunakan Google Form dengan pengukuran skala likert. Selanjutnya data diolah untuk melakukan pengujian validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian yang terakhir yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari uji F, uji koefisien determinasi, serta uji t.

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Stres Kerja (X1)			
X1.1	0.798	0.1937	Valid
X1.2	0.789	0.1937	Valid
X1.3	0.786	0.1937	Valid
X1.4	0.724	0.1937	Valid
X1.5	0.757	0.1937	Valid
X1.6	0.8	0.1937	Valid
Motivasi Kerja (X2)			
X2.1	0.548	0.1937	Valid
X2.2	0.366	0.1937	Valid
X2.3	0.429	0.1937	Valid
X2.4	0.611	0.1937	Valid
X2.5	0.535	0.1937	Valid
X2.6	0.663	0.1937	Valid
X2.7	0.654	0.1937	Valid
X2.8	0.547	0.1937	Valid
Kinerja (Y)			
Y.1	0.664	0.1937	Valid
Y.2	0.646	0.1937	Valid
Y.3	0.577	0.1937	Valid
Y.4	0.66	0.1937	Valid
Y.5	0.605	0.1937	Valid
Y.6	0.682	0.1937	Valid
Y.7	0.539	0.1937	Valid
Y.8	0.643	0.1937	Valid
Y.9	0.685	0.1937	Valid
Y.10	0.523	0.1937	Valid
Y.11	0.729	0.1937	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach`s Alpha	Keterangan
Stres Kerja (X1)	0.953	Reliabel
Motivasi Kerja (X2)	0.838	Reliabel
Kinerja (Y)	0.902	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 3. Uji Normalitas

Model	N	Asymp. Sig. (2-tailed)
Unstandardized Residual	103	0.230

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Stres Kerja (X1)	0.838	1.193
Motivasi Kerja (X2)	0.838	1.193

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Stres Kerja (X1)	0.453
Motivasi Kerja (X2)	0.767

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	Std. Error
(Constant)	11.833	2.823
Stres Kerja (X1)	0.212	0.047
Motivasi Kerja (X2)	0.887	0.090

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,816	0,666	0,659	3,001

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Tabel 8. Uji T

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig.	Keterangan
----------	----------	---------	------	------------

Stres Kerja (X1)	4,475	1,984	0,000	Hipotesis diterima
Motivasi Kerja (X2)	9,871	1,984	0,000	Hipotesis diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

IV. HASIL PENELITIAN

Berdasarkan tabel diketahui dari 103 sampel agregat responden dapat dilihat bahwa nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0,1937. Dari sini dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini baik variabel stres kerja, motivasi kerja dan kinerja dianggap valid karena r hitung lebih besar dari r tabel.

Pada tabel reliabilitas, kita menemukan bahwa alpha Cronbach untuk stres kerja yang berfluktuasi (X1) adalah 0,953, motivasi kerja (X2) adalah 0,838, dan kinerja (Y) adalah 0,902. Karena semua variabel memiliki nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

Tabel normalitas menunjukkan asimetri. Nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov adalah 0,230 yang berarti signifikansinya lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Dari tabel multikolinearitas kita dapat melihat bahwa semua variabel independen memiliki nilai yang dapat diterima di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10,00. Dari sini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas. Artinya variabel dalam penelitian ini tidak saling berkorelasi.

Tabel heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel baik stres kerja maupun motivasi kerja memiliki nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Berdasarkan tabel analisis regresi linier berganda maka diperoleh hasil analisis regresi linier berganda dari variabel stres kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 11,833 + 0,212X_1 + 0,887X_2 + e$$

Berdasarkan pada penjabaran persamaan regresi sederhana tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. (a) Konstanta sebesar 11,833 menunjukkan bahwa variabel stres kerja dan motivasi kerja dianggap constant, maka nilai kinerja adalah sebesar 11,833.
- b. (b1) Koefisien regresi stres kerja sebesar 0,212 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai stres kerja maka kinerja akan meningkat sebesar 0,212 satuan pada arah yang sama. Hal ini berarti semakin tinggi nilai stres kerja maka akan semakin berpengaruh terhadap kinerja.

- c. (b2) Koefisien motivasi kerja sebesar 0,887 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai motivasi kerja maka kinerja akan meningkat sebesar 0,887 satuan pada arah yang sama. Hal ini berarti semakin tinggi nilai motivasi kerja maka akan semakin berpengaruh terhadap kinerja.

Berdasarkan tabel tersebut maka diperoleh hasil analisis uji t sebagai berikut:

- a. Nilai signifikansi variabel stres tugas 0,000, nilai signifikansi $< 0,05$, dan t hitung $4,475 > t$ tabel $1,984$ yang artinya terdapat pengaruh negatif antara variabel stres kerja terhadap kinerja karyawan yang berstatus mahasiswa di Kota Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dari penelitian ini diterima.
- b. Variabel motivasi kerja memiliki nilai signifikansi 0,000, nilai signifikansi $< 0,05$, dan t hitung $9,871 > t$ tabel $1,984$ yang artinya terdapat pengaruh positif antara variabel motivasi kerja terhadap kinerja karyawan yang berstatus mahasiswa di Kota Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua dari penelitian ini diterima.

Dari tabel uji koefisien determinasi terlihat bahwa nilai adjusted R-squared adalah 0,659. Artinya variabel stres kerja dan motivasi kerja berpengaruh terhadap variabel kinerja sebesar 65,9%. Di sisi lain, 34,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain selain yang dipertimbangkan dalam penelitian ini.

V. PEMBAHASAN

Pengujian yang dilakukan dengan workload t-test memberikan nilai t sebesar 4,475 yang dihitung dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima dan stres kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan berstatus mahasiswa di Kota Palembang. Ini mungkin karena karyawan merasa bahwa stres kerja memengaruhi kinerja mereka, dan stres kerja memengaruhi kinerja karyawan. Menurut Robbins dan Fudge (2015:434), stres kerja dapat menimbulkan gejala fisiologis seperti perubahan metabolisme, peningkatan fungsi jantung, laju pernapasan, tekanan darah, sakit kepala, dan serangan jantung. Stres kerja juga dapat menimbulkan gejala psikologis seperti ketegangan, kecemasan, mudah tersinggung, bosan dan menunda-nunda pekerjaan. Gejala perilaku seperti berkurangnya produktivitas, ketidakhadiran, pergantian karyawan, peningkatan kebiasaan merokok dan minum, bicara cepat, gelisah, dan gangguan tidur juga dapat terjadi. Temuan ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, seperti penelitian Cokorda Istri Ari Sintya Dewi dan I Made Artha Wibawa (2016) yang menyatakan stres kerja berdampak negatif terhadap kinerja karyawan. Penelitian lain oleh Danty Amira (2018) juga menyatakan bahwa stres kerja berdampak negatif terhadap kinerja karyawan dan berdampak signifikan. Stres kerja berdampak negatif terhadap kinerja



karyawan. Artinya, semakin banyak stres kerja yang dihadapi karyawan, semakin buruk kinerjanya.

Uji t motivasi kerja menghasilkan nilai t hitung sebesar 9,871 dan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dan motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan berstatus mahasiswa di Kota Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi kerja memegang peranan penting dalam kinerja karyawan berstatus mahasiswa di Kota Palembang. Semakin besar pengaruh motivasi kerja terhadap karyawan maka semakin tinggi pula kinerja karyawan berstatus mahasiswa di Kota Palembang. Karyawan sangat termotivasi untuk melakukan pekerjaan mereka. Hal ini menguatkan temuan penelitian sebelumnya oleh Cokorda Istri Ari Sintya Dewi dan I Made Artha Wibawa (2016) dengan judul Pengaruh Stres Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Bank PT. BPD Bali Cabang Ubud". Hasil penelitian menemukan bahwa motivasi kerja memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja karyawan.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat peneliti sajikan dapat diterjemahkan. Artinya, dari hasil pengujian yang dilakukan stres kerja berpengaruh negatif terhadap kinerja karyawan berstatus mahasiswa di kota Palembang. Dan hasil pengujian yang dilakukan juga menunjukkan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan berstatus mahasiswa di Kota Palembang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang disajikan, kami menemukan bahwa stres kerja berdampak negatif terhadap kinerja karyawan, sedangkan motivasi kerja berdampak positif. Artinya stres kerja dan motivasi kerja dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan motivasi kerja serta memperhatikan stres kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Amira, D. (2018) Pengaruh Motivasi Kerja, Manajemen Waktu, dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pekerja Paruh Waktu yang Berstatus Mahasiswa di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 7(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5387>
- Bintoro & Daryanto. (2017). *Manajemen Penilaian Kinerja Karyawawn*. Penerbit Gaya Media.



- Dewi, C. & Wibawa, I. (2016). *Pengaruh Stres Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank BPD Bali Cabang Ubud*. None, 5(!2), 248742.
- Gehee, Sinea. (2015). *The Best Way to Train The New Employee*. PT. Java Books : Jakarta.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, M. S. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi. Bumi Aksara.
- Mahaputra, I. G. Y. A., & Ardana, I. K., (2020) *Stres Kerja Berpengaruh Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Motivasi Sebagai Mediasi di Dinas Pariwisata Klungkung*. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 9, No. 4. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/56450/3418>
- Robbins, S. P. & Judge (2015). *Perilaku Organisasi* (16th ed). Jakarta: Salemba Empat.
- Subchanayah, R. N. (2016). *Pengaruh Stres Kerja Terhadap Motivasi Belajar Pada Mahasiswa Psikologi Unnes Yang Bekerja Paruh Waktu*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.



PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN RITEL MODERN DI KOTA PALEMBANG

Steven Fransisco
(Stevenfransisco30@gmail.com)

Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah budaya organisasi dan lingkungan kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di toko retail modern Palembang. Sampel penelitian terdiri dari 40 responden yang merupakan karyawan toko ritel Palembang, dengan populasi yang mencakup seluruh karyawan toko tersebut. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui pengisian kuesioner oleh peneliti dan narasumber yang terlibat. Untuk menguji hipotesis, digunakan metode analisis regresi linear berganda. Setelah melakukan pengujian hipotesis dan menganalisis data yang diperoleh, penelitian ini menemukan hasil sebagai berikut. Pertama, budaya organisasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di toko retail Palembang. Artinya, ketika budaya organisasi yang ada di toko tersebut mendukung kinerja karyawan, maka karyawan cenderung mencapai kinerja yang lebih baik. Kedua, lingkungan kerja juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di toko retail Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang ada dalam lingkungan kerja, seperti kondisi fisik, komunikasi antar karyawan, dukungan dari atasan, dan sebagainya, dapat mempengaruhi kinerja karyawan secara positif.

Kata kunci : Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Kinerja

Abstract

This study aims to examine whether organizational culture and work environment have a significant influence on employee performance in modern retail stores in Palembang. The research sample consists of 40 respondents who are employees of retail stores in Palembang, with the population covering all employees of those stores. Primary data for this study were collected through questionnaire surveys conducted by the researchers and informants. The hypotheses were tested using multiple linear regression analysis. Based on the hypothesis testing and data analysis, the study found the following results. Firstly, organizational culture has a positive and significant influence on employee performance in Palembang's retail stores. This means that when the organizational culture in the stores supports employee performance, employees tend to achieve better performance. Secondly, the work environment also has a positive and significant influence on employee performance in Palembang's retail stores. This indicates that factors within the work environment, such as physical conditions, communication among employees, support from supervisors, and so on, can positively affect employee performance. Thus, it can be concluded that organizational culture and work environment have a significant influence on employee performance in Palembang's retail stores. In this context, it is important for store management to pay attention to and develop a positive organizational culture and create a conducive work environment to enhance employee performance.

Keywords: Organizational Culture, Work Environment, Performance



I. PENDAHULUAN

Pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan didasarkan pada pemahaman bahwa budaya organisasi dan lingkungan kerja dalam suatu organisasi memengaruhi perilaku dan kinerja karyawan. Pemahaman ini menjadi semakin penting dalam situasi globalisasi dan diversifikasi lingkungan kerja yang semakin kompleks. Untuk meningkatkan kinerja karyawan dan mencapai tujuan yang ditetapkan, organisasi perlu memperhatikan faktor-faktor budaya dan lingkungan yang ada.

Ritel Modern merupakan sektor usaha yang terus berkembang dan memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Namun, kinerja karyawan di sektor ritel Modern masih belum optimal dan memiliki potensi untuk ditingkatkan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan adalah budaya organisasi dan lingkungan kerja yang ada. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di sektor ritel Modern perlu dilakukan.

Budaya organisasi dan lingkungan kerja merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan di berbagai jenis industri, termasuk industri ritel Modern. Ritel Modern merupakan bentuk bisnis ritel yang telah ada sejak lama dan biasanya dikelola oleh pemilik tunggal atau keluarga. Budaya organisasi yang positif dan lingkungan kerja yang kondusif dapat memotivasi karyawan untuk bekerja dengan baik, meningkatkan produktivitas, dan membentuk hubungan yang baik antara karyawan dan manajemen.

Budaya organisasi mencakup nilai-nilai, kepercayaan, norma-norma, dan praktik-praktik yang diterapkan dalam suatu organisasi. Budaya organisasi yang positif adalah budaya yang mendorong kerjasama, inovasi, dan kinerja yang baik. Sebaliknya, budaya organisasi yang negatif dapat menghambat kinerja karyawan dan menciptakan ketidakpuasan di antara mereka.

Lingkungan kerja juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi kinerja karyawan. Lingkungan kerja yang baik meliputi kondisi fisik yang aman dan nyaman, fasilitas yang memadai, dan suasana yang positif. Sebaliknya, lingkungan kerja yang buruk dapat berdampak negatif terhadap kesehatan dan keselamatan karyawan serta mengganggu kinerja mereka.

Di sektor ritel Modern, kinerja karyawan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, keahlian dalam mengelola persediaan dan inventaris, serta kemampuan untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan dan rekan kerja. Oleh karena itu, budaya organisasi yang baik dan lingkungan kerja yang kondusif sangat penting dalam meningkatkan kinerja karyawan di sektor ritel Modern.

Salah satu permasalahan yang mungkin timbul dalam hubungan antara budaya organisasi, lingkungan kerja, dan kinerja karyawan di sektor ritel Modern adalah kurangnya sistem penghargaan dan hukuman yang jelas bagi karyawan. Terutama dalam konteks bisnis ritel Modern, karyawan yang bekerja di toko-toko



kecil yang dikelola secara keluarga mungkin tidak memiliki struktur formal untuk memberikan penghargaan atau hukuman terhadap kinerja mereka. Hal ini dapat berdampak negatif terhadap motivasi karyawan dan akhirnya mempengaruhi kinerja mereka.

Ketika karyawan merasa bahwa mereka tidak dihargai atau diakui atas kerja keras yang mereka lakukan, mereka mungkin kehilangan motivasi dan semangat untuk melaksanakan tugas mereka secara efektif. Sebaliknya, jika karyawan melakukan kesalahan atau tidak melaksanakan pekerjaan dengan baik tanpa adanya konsekuensi yang jelas, mereka mungkin merasa bahwa tidak ada masalah dalam melanjutkan perilaku yang sama di masa depan.

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di toko ritel Modern.

Teori Keterikatan: Teori ini menyatakan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh sejauh mana mereka merasa terikat dengan organisasi dan lingkungan kerja. Budaya organisasi yang positif dan lingkungan kerja yang mendukung dapat meningkatkan rasa keterikatan karyawan terhadap organisasi, dan dengan demikian meningkatkan kinerja mereka (John Meyer dan Natalie Allen pada tahun 1997).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat dua pertanyaan penelitian yang akan diuji, yaitu:

1. Apakah budaya organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di toko ritel Modern Palembang?
2. Apakah lingkungan kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di toko ritel Modern Palembang?

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di toko ritel Modern di Palembang. Melalui analisis, penelitian ini akan mengidentifikasi sejauh mana budaya organisasi yang kuat dan lingkungan kerja yang baik dapat meningkatkan kinerja karyawan di sektor ritel Modern.

II. TELAAH LITERATUR

Dalam penelitian ini, digunakan grand teori manajemen yang berfungsi sebagai dasar pengembangan teori-teori lainnya. Grand teori ini memiliki peran penting dalam menjelaskan fenomena kehidupan yang terkait dengan manajemen. Menurut Drs. H. Malayu S. P. Hasibuan, manajemen adalah seni atau ilmu untuk mengatur dan memproses sumber daya yang ada, baik itu sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya. Sumber daya tersebut diproses dan diatur untuk mencapai tujuan tertentu.

Dalam manajemen, terdapat beberapa fungsi utama yang dijelaskan oleh Robbins & Coulter (2014) dalam buku manajemen, yaitu:



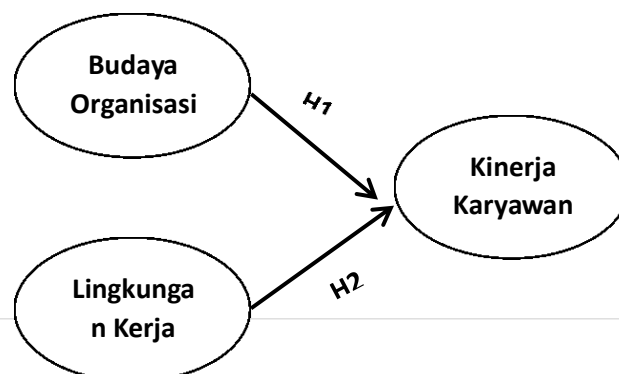
- a. Perencanaan (Planning): Fungsi ini melibatkan penentuan arah, penetapan tujuan organisasi, dan membantu organisasi dalam mengambil keputusan di masa mendatang.
- b. Pengorganisasian (Organizing): Fungsi ini mencakup koordinasi semua aktivitas sumber daya manusia dan pengelompokkan aktivitas tersebut di dalam organisasi.
- c. Kepemimpinan (Leading): Fungsi ini melibatkan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh organisasi dalam memimpin dan memotivasi sumber daya manusia untuk kepentingan organisasi tersebut.
- d. Pengendalian (Controlling): Fungsi ini melibatkan aktivitas memantau kemajuan organisasi dan memastikan bahwa kemajuan tersebut sesuai dengan yang diharapkan oleh organisasi.

Dalam penelitian ini, fungsi-fungsi manajemen tersebut akan menjadi dasar untuk memahami pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di toko ritel Modern. Melalui pemahaman terhadap fungsi-fungsi manajemen, dapat diketahui bagaimana budaya organisasi dan lingkungan kerja yang baik dapat mempengaruhi kinerja karyawan dalam mencapai tujuan organisasi. Hubungan Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi dan Wulandari (2019), ditemukan bahwa adanya budaya organisasi yang baik dan lingkungan kerja yang kondusif memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di toko ritel. Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Febrianti (2019), di mana mereka menemukan bahwa budaya organisasi dan lingkungan kerja yang baik berdampak positif terhadap motivasi dan kinerja karyawan di sektor ritel. Penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari dan Muryanto (2018) juga menguji pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di sektor ritel di Indonesia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa budaya organisasi yang baik dan lingkungan kerja yang kondusif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di sektor ritel.

Dengan demikian, temuan dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan konsistensi dalam menunjukkan bahwa budaya organisasi yang baik dan lingkungan kerja yang kondusif memiliki peran yang penting dalam meningkatkan kinerja karyawan di sektor ritel.

Kerangka Teoritis





III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu penelitian yang didasarkan pada pendekatan empiris dengan menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan didasarkan pada pengalaman langsung, observasi, dan wawancara, yang dapat diamati dan diketahui oleh orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap kinerja toko ritel modern menggunakan fakta-fakta empiris yang ditemukan melalui pengumpulan data yang valid dan dapat diandalkan.

B. Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Menurut Uma Sekaran dan Roger Bougie (2017:54), sampel dalam penelitian didefinisikan sebagai sebagian dari populasi. Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah para karyawan yang bekerja di Toko Ritel Modern di kota Palembang. Sampel dalam penelitian ini merupakan sejumlah anggota yang dipilih secara acak dari populasi tersebut. Pemilihan karyawan toko ritel sebagai populasi penelitian ini didasarkan pada ketersediaan mereka yang mudah dijumpai dan juga sebagai variabel yang menarik untuk diteliti.

Dalam penelitian ini, Mahmud (2011, Hlm. 159) menjelaskan bahwa ukuran sampel minimum yang diperlukan untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik adalah 40 sampel. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 40 responden sebagai representasi dari populasi karyawan toko ritel di Palembang.

b. Sampel

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari karyawan yang bekerja di Toko Ritel Modern di kota Palembang. Peneliti memilih karyawan toko ritel sebagai sampel penelitian karena mereka relatif mudah didapatkan dan peneliti memiliki akses atau kenalan di toko-toko tersebut. Selain itu, karyawan toko ritel dipilih sebagai sampel karena mereka merupakan subjek yang relevan dan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang lingkungan kerja dan budaya organisasi di sektor ritel.

Dengan menggunakan karyawan toko ritel sebagai sampel, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di sektor ritel Modern di Palembang. Dengan adanya akses dan kenalan di toko-toko ritel, peneliti dapat lebih mudah dalam pengumpulan data dan berinteraksi dengan responden, sehingga penelitian dapat dilakukan dengan lebih efisien dan efektif.



C. Jenis dan Sumber Data

Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari karyawan yang bekerja di Toko Ritel Modern di kota Palembang. Peneliti memilih karyawan toko ritel sebagai sampel penelitian karena mereka relatif mudah didapatkan dan peneliti memiliki akses atau kenalan di toko-toko tersebut. Selain itu, karyawan toko ritel dipilih sebagai sampel karena mereka merupakan subjek yang relevan dan memiliki pengetahuan yang mendalam tentang lingkungan kerja dan budaya organisasi di sektor ritel.

Dengan menggunakan karyawan toko ritel sebagai sampel, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang pengaruh budaya organisasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan di sektor ritel Modern di Palembang. Dengan adanya akses dan kenalan di toko-toko ritel, peneliti dapat lebih mudah dalam pengumpulan data dan berinteraksi dengan responden, sehingga penelitian dapat dilakukan dengan lebih efisien dan efektif.

D. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan salah satu metode pengukuran data yang melibatkan wawancara, pengisian angket, observasi, atau gabungan ketiganya, seperti yang disebutkan oleh Sugiyono (2017). Dalam penelitian ini, penulis memilih menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Skala Likert digunakan dalam kuesioner untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terkait fenomena sosial yang sedang diteliti.

Variabel yang diukur dengan menggunakan skala Likert diubah menjadi indikator variabel. Indikator-indikator tersebut kemudian digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan elemen instrumen, seperti pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki rentang skala 1-5, yang meliputi tingkat setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan atau pertanyaan.

Alasan peneliti memilih kuesioner sebagai metode pengumpulan data adalah karena kuesioner dapat menghemat waktu dalam pengumpulan data. Selain itu, penggunaan kuesioner juga memungkinkan data yang diperoleh tetap objektif tanpa dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

E. Definisi dan Pengukuran Variabel

Silaen (2018:69) menjelaskan bahwa variabel penelitian merupakan konsep yang memiliki nilai-nilai yang beragam atau memiliki nilai yang bervariasi. Variabel dapat berupa sifat, karakteristik, atau fenomena yang dapat diamati atau diukur, dan memiliki nilai yang berbeda-beda atau bervariasi.

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel, yaitu variabel independen (X) yang meliputi budaya organisasi (X1) dan lingkungan kerja (X2), serta variabel dependen (Y) yang merupakan kinerja.



F. Teknik Analisis Data

G. Uji Kelayakan Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019), uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner memiliki validitas yang memadai. Uji validitas merupakan alat untuk mengukur sejauh mana data yang diperoleh dari kuesioner tersebut dapat mengungkapkan konstruk yang ingin diukur. Validitas kuesioner dapat dikatakan terpenuhi jika nilai korelasi yang dihasilkan (r hitung) lebih besar dari nilai korelasi tabel (r tabel), menunjukkan kesesuaian data yang diperoleh dengan konstruk yang ingin diukur. Sebaliknya, jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut tidak memiliki validitas yang memadai.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu kuesioner dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan stabil. Hal ini berarti jika suatu individu menjawab kuesioner pada waktu yang berbeda, maka jawaban yang diberikan akan tetap konsisten. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai Cronbach's alpha, yang digunakan untuk menguji konsistensi antar item dalam skala yang digunakan. Jika nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki reliabilitas yang baik dan menghasilkan data yang akurat.

H. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2017:239), uji normalitas digunakan untuk mengevaluasi apakah data yang diteliti mengikuti distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya memiliki distribusi yang normal. Distribusi data yang mendekati atau mendasari asumsi normalitas dianggap baik untuk model regresi. Dalam penelitian ini, uji normalitas data dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam pengambilan keputusan, pedoman yang digunakan adalah jika nilai signifikansi $<0,05$, maka distribusi data dianggap tidak normal, dan jika nilai signifikansi $>0,05$, maka distribusi data dianggap normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139), model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, dapat dilakukan pengujian dengan menggunakan uji Glejser pada tingkat signifikansi 5%. Dalam pengujian heteroskedastisitas,

kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi (sig.) $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikansi (sig.) $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2016:103), uji multikolinearitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi tinggi antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Tanda-tanda adanya multikolinearitas dapat terlihat dari nilai toleransi dan faktor inflasi varian (VIF) dari variabel bebas yang dipilih. Toleransi mengukur sejauh mana variasi dari variabel bebas yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lain dalam model. Jika nilai toleransi rendah, maka nilai VIF tinggi karena VIF merupakan kebalikan dari toleransi ($\text{VIF} = 1/\text{toleransi}$), yang menunjukkan adanya multikolinearitas yang signifikan. Nilai toleransi kurang dari 0,10 atau VIF lebih dari 10 dianggap sebagai tanda adanya multikolinearitas dalam model regresi.

d. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2016:93), analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas) dengan satu atau lebih variabel dependen (variabel terikat). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengestimasi atau memprediksi nilai rata-rata populasi dari variabel dependen berdasarkan nilai-nilai yang diketahui dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang diamati adalah Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja, sedangkan variabel independen adalah Kinerja.

I. Teknik Pengujian Hipotesis

a. Uji Statistik t

Ghozali (2018:98) menjelaskan bahwa uji statistik t digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam uji ini, hipotesis nol akan diterima jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Sebaliknya, hipotesis nol akan ditolak jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, yang mengindikasikan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi

Ghozali (2016:95) menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen dalam model memberikan informasi yang signifikan dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang tidak

dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai R², semakin baik model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

IV. HASIL PENELITIAN

A. Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dalam penarikan sampel. Para peneliti telah menentukan kriteria responden sebelumnya. Sampel penelitian adalah karyawan toko ritel modern yang ada di kota Palembang. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner disebarikan melalui media sosial pribadi peneliti kepada karyawan toko ritel di Palembang dan juga secara langsung ke toko-toko ritel yang ada di kota tersebut. Dengan menggunakan metode purposive sampling, peneliti memilih responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan untuk memastikan representativitas dan relevansi data yang diperoleh dalam penelitian

B. Karakteristik Profil Responden

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki Laki	18	45%
Perempuan	22	55%
Total	40	100%

Berdasarkan tabel yang diberikan, terdapat 18 responden yang berjenis kelamin laki-laki dan 22 responden yang berjenis kelamin perempuan. Total responden dalam penelitian ini adalah 40 responden. Jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden laki-laki.

Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Responden	Persentase
18-25	28	70%
26-33	12	30%
Total	40	100%

Dalam tabel yang diberikan, terdapat 28 responden (70% dari total 40 responden) yang berusia antara 18-25 tahun, sedangkan 12 responden (30% dari total 40 responden) berusia antara 26-33 tahun.



C. Teknik Analisis Data

a. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	R Tabel (0,05)	Sig	Keterangan
Budaya Organisasi	1	0,392	0,312	0,12	Valid
	2	0,597	0,312	0,00	Valid
	3	0,613	0,312	0,00	Valid
	4	0,615	0,312	0,00	Valid
	5	0,626	0,312	0,00	Valid
Lingkungan Kerja	1	0,392	0,312	0,00	Valid
	2	0,597	0,312	0,00	Valid
	3	0,613	0,312	0,00	Valid
	4	0,615	0,312	0,00	Valid
	5	0,626	0,312	0,00	Valid
Kinerja	1	0,488	0,312	0,00	Valid
	2	0,716	0,312	0,00	Valid
	3	0,766	0,312	0,00	Valid
	4	0,665	0,312	0,00	Valid
	5	0,682	0,312	0,00	Valid

Dari hasil uji validitas yang tercantum dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa semua item yang terkait dengan ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (sig) yang lebih kecil dari 0,05, yang menunjukkan bahwa semua item memiliki validitas yang signifikan.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of Item	Keterangan
Budaya Organisasi	0,491	5	Raliabel
Lingkungan Kerja	0,636	5	Raliabel
Kinerja	0,683	5	Raliabel

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang tercantum dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai Cronbach's Alpha setiap variabel yang lebih besar dari 0,60.

c. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		40
Normal	Mean	0.0000000
Parameters ^{a,b}	Std Deviation	0.63788228
Most Extreme	Absolute	0.164
Differences	Positive	0.164
	Negative	-0.104
Test Statistic		0.164
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.09 ^c
Monte Carlo Sig.	Sig.	.211 ^d
	99% Lower Confidence Interval	0.200
	Upper Bound	0.221

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat bahwa residual data yang diuji memiliki distribusi normal. Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi (sig) sebesar 0,09, yang lebih besar dari nilai alpha yang umumnya digunakan yaitu 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data residual mengikuti distribusi normal.

d. Uji Heteroskedastisitas

	Sig
Budaya Organisasi	0.564
Lingkungan Kerja	0.923

Berdasarkan tabel heteroskedastisitas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi (sig) pada variabel Budaya Organisasi sebesar 0,564 (>

0,05) dan Lingkungan Kerja sebesar 0,923 (> 0,05). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terkena masalah heteroskedastisitas.

e. Uji Multikolonieritas

	Collinierity Statistic	
	Tolerance	VIF
Budaya Organisasi	0.536	1.865
Lingkungan Kerja	0.536	1.865

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diamati bahwa nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk budaya organisasi adalah 1.865 (<10) dan nilai toleransi adalah 0.536 (>0.01). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolonieritas antara variabel budaya organisasi dan lingkungan kerja. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak saling berkorelasi tinggi dalam model regresi, sehingga tidak terdapat masalah multikolonieritas dalam penelitian ini

f. Hasil Analisis Regresi Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.634	1.403		-0.452	0.654		
	T.x2	0.848	0.075	0.821	11.296	0.000	0.536	1.865
	T.x1	0.190	0.080	0.172	2.363	0.023	0.536	1.865

Dari Tabel 4.11, dapat dilihat bahwa konstanta (intercept) memiliki nilai -0.634, sedangkan koefisien untuk variabel Budaya Organisasi adalah 0.848, dan koefisien untuk variabel Lingkungan Kerja adalah 0.190. Oleh karena itu, persamaan regresi linear dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = -0.634 + 0.848X_1 + 0.190X_2$$

Dalam persamaan tersebut, peningkatan dalam Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja akan memberikan dampak positif terhadap kinerja. Artinya, semakin baik budaya organisasi dan lingkungan kerja, maka kinerja karyawan akan cenderung meningkat.

D. Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji t

Model	Unstandardize		Standardize		Collinearity		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig	Toleranc	VIF
1 (Constant)	-0.634	1.403		-0.452	0.654		
T.x2	0.848	0.075	0.821	11.296	0.000	0.536	1.865
T.x1	0.190	0.080	0.172	2.363	0.023	0.536	1.865

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. ttabel dalam penelitian ini adalah sebesar 2.021 yang didapat melalui rumus: $df = n - k = 40 - 3 = 37$

Keterangan: n = jumlah responden, k = jumlah variabel, dengan nilai taraf sig 5% (0,05)

Dari Tabel 4.12, diperoleh nilai thitung untuk variabel Budaya Organisasi sebesar 11.296, yang lebih besar dari ttabel (2.021), serta nilai signifikansi sebesar 0,000. Demikian pula, nilai thitung untuk variabel Lingkungan Kerja adalah 2.363, yang juga melebihi ttabel (2.021), dengan nilai signifikansi sebesar 0,023. Kedua nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (0,05).

Dengan demikian, hipotesis penelitian (H1) yang menyatakan "Budaya Organisasi Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan Toko Retail Modern Palembang" diterima. Begitu pula, hipotesis penelitian (H2) yang menyatakan "Lingkungan Kerja Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan Toko Retail Modern Palembang" juga diterima.

E. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The estimate

1	.946	0.895	0.890	0.65490
---	------	-------	-------	---------

Berdasarkan tabel di atas, nilai Adjusted R square (koefisien determinasi yang disesuaikan) sebesar 0,890. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja dalam model penelitian ini dapat menjelaskan sebesar 89% variasi dalam kinerja karyawan toko ritel modern. Sisanya, sebesar 11%, kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

a. Analisa dan Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan di Toko Retail Modern Palembang. Hasil regresi berganda menunjukkan bahwa nilai beta untuk variabel Budaya Organisasi adalah 0,848 dan nilai signifikansi untuk variabel Lingkungan Kerja adalah 0,190, menunjukkan pengaruh positif yang signifikan. Artinya, semakin tinggi tingkat Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja yang dimiliki oleh karyawan, semakin tinggi pula kinerjanya.

Hasil uji t menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap kinerja. Variabel Budaya Organisasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, sedangkan variabel Lingkungan Kerja memiliki nilai signifikansi sebesar 0,023. Kedua nilai ini lebih kecil dari 0,05, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan di toko retail modern Palembang. Berdasarkan koefisien determinasi, variabel Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja memiliki pengaruh sebesar 89% terhadap Kinerja Karyawan di Toko Retail Modern Palembang. Sisanya, sebesar 11%, kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Deni Sulistiawan, Sukisno S.Riadi, dan Siti Maria yang menunjukkan bahwa Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pegawai.

b. Implikasi

a) Implikasi Teoritis

Budaya organisasi dan lingkungan kerja memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja karyawan di toko ritel modern. Karyawan yang bekerja di bawah budaya organisasi yang kuat dan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap toko ritel mampu meningkatkan kinerja mereka secara optimal. Selain itu, lingkungan kerja yang kondusif juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi kinerja karyawan. Dalam lingkungan yang nyaman



dan menyenangkan, karyawan cenderung bekerja dengan lebih efisien dan efektif.

Oleh karena itu, penting bagi toko ritel modern untuk memberikan perhatian serius terhadap budaya organisasi yang positif dan menciptakan lingkungan kerja yang kondusif. Hal ini akan membantu mencapai kinerja karyawan yang optimal dan meningkatkan produktivitas serta kepuasan kerja.

b) Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis kepada pemilik toko ritel di Palembang. Untuk meningkatkan kinerja karyawan, pemilik toko perlu menerapkan budaya organisasi yang kuat dan memotivasi karyawan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan seleksi karyawan yang sesuai dengan budaya organisasi yang diinginkan, serta memberikan motivasi yang berkelanjutan melalui penghargaan, pengakuan, dan kesempatan pengembangan karir. Selain itu, pemilik toko juga perlu menciptakan lingkungan kerja yang kondusif. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan fasilitas yang memadai, menciptakan suasana kerja yang positif, serta memperhatikan kesejahteraan dan keamanan karyawan. Dengan lingkungan kerja yang nyaman dan mendukung, karyawan akan lebih termotivasi dan mampu bekerja dengan baik.

Dengan mengimplementasikan langkah-langkah ini, pemilik toko ritel di Palembang memiliki peluang untuk meningkatkan kinerja karyawan mereka dan mencapai kesuksesan yang lebih baik.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, dapat disimpulkan bahwa Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di toko ritel di Palembang. Semakin kokoh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja yang diadopsi oleh karyawan, maka semakin tinggi pula tingkat kinerja yang dapat dicapai di toko retail modern di Palembang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diambil sebagai langkah-langkah berikut:

- a. Disarankan kepada karyawan toko retail modern untuk mengadopsi budaya organisasi yang ada di tempat kerja sebagai panduan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka. Dengan mematuhi nilai-nilai budaya organisasi, diharapkan kinerja karyawan dapat meningkat



secara signifikan.

- b. Pemilik toko retail perlu memperhatikan pentingnya menciptakan lingkungan kerja yang positif dan kondusif. Hal ini dapat dicapai dengan menyediakan fasilitas yang memadai, mempromosikan kolaborasi antar karyawan, dan memberikan dukungan yang memadai bagi pengembangan karyawan. Dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik, diharapkan kinerja karyawan dapat ditingkatkan.
- c. Penelitian selanjutnya sebaiknya melibatkan variabel lain yang mungkin memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan toko retail. Selain itu, dianjurkan untuk meningkatkan jumlah responden agar hasil penelitian lebih valid dan representatif.
- d. Selain itu, penelitian juga dapat melibatkan variabel lain seperti faktor motivasi dan kepuasan kerja untuk memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja karyawan di toko retail modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, R. N., Qomariah, N., & ... (2019). Pengaruh motivasi kerja, lingkungan kerja, budaya kerja terhadap kinerja karyawan dinas sosial kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian*
http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/2109
- Ahmad, Y., Tewel, B., & Taroreh, R. N. (2019). Pengaruh stres kerja, beban kerja, dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada Pt. Fif Group Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset*
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/23747>
- Ainanur, A., & Tirtayasa, S. (2018). Pengaruh budaya organisasi, kompetensi dan motivasi terhadap kinerja karyawan. ... : *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/2234>
- Ardiansyah, D. O. (2016). Pengaruh Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Dimediasi Oleh Kepuasan Kerja (Studi Pada Bagian Produksi Pabrik Kertas PT. Setia Kawan Makmur *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*.
<https://www.jurnal.unmer.ac.id/index.php/jbm/article/view/70>
- Arianto, D. A. N. (2013). Pengaruh kedisiplinan, lingkungan kerja dan budaya kerja terhadap kinerja tenaga pengajar. *Jurnal Economia*.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/1809>
- Arianty, N. (2015). Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/download/189/129>
- Astutik, M. (2016). Pengaruh disiplin kerja dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Jombang. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*.
<https://jbmp.umsida.ac.id/index.php/jbmp/article/view/1563>



- Bahri, S. (2019). Pengaruh penempatan, motivasi, dan lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/3402>
- Budianto, A. A. T., & Katini, A. (2015). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai pada PT Perusahaan Gas Negara (PERSERO) Tbk SBU Distribusi wilayah I Jakarta. *Jurnal Ilmiah*
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1068507%5C&val=16020%5C&title=PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PT PERUSAHAAN GAS NEGARA PERSERO Tbk SBU DISTRIBUSI WILAYAH I JAKARTA](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1068507%5C&val=16020%5C&title=PENGARUH%20LINGKUNGAN%20KERJA%20TERHADAP%20KINERJA%20PEGAWAI%20PADA%20PT%20PERUSAHAAN%20GAS%20NEGARA%20PERSERO%20Tbk%20SBU%20DISTRIBUSI%20WILAYAH%20I%20JAKARTA)
- Elizar, E., & Tanjung, H. (2018). Pengaruh Pelatihan, Kompetensi, Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai. ...: *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/2239>
- Fitriastuti, T. (2013). Pengaruh kecerdasan emosional, komitmen organisasional dan organizational citizenship behavior terhadap kinerja karyawan. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*.
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/2753>
- Gardjito, A. H., Musadieg, M. A., & ... (2014). Pengaruh motivasi kerja dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan (studi pada karyawan bagian produksi PT. Karmand Mitra Andalan Surabaya). *Jurnal*
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=190185%5C&val=6468%5C&title=PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=190185%5C&val=6468%5C&title=PENGARUH%20MOTIVASI%20KERJA%20DAN%20LINGKUNGAN%20KERJA%20TERHADAP%20KINERJA%20KARYAWAN) Studi pada Karyawan Bagian Produksi PT Karmand Mitra Andalan Surabaya
- Gultom, D. K. (2015). Pengaruh budaya organisasi perusahaan dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/194>
- Hanafi, B. D., & Yohana, C. (2017). Pengaruh motivasi, dan lingkungan kerja, terhadap kinerja karyawan, dengan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi pada PT BNI Lifeinsurance. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*
<http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jpeb/article/view/1935>
- Handayani, T., & Rasyid, A. A. (2015). Pengaruh kepemimpinan kepala sekolah, motivasi guru, dan budaya organisasi terhadap kinerja guru SMA negeri Wonosobo. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen*
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jamp/article/view/6342>
- Hasibuan, S. M. (2018). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/2243>
- Hidayat, A. (2021). Pengaruh kompensasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*.



- Jufrizen, J. (2018). Efek Moderasi Etika Kerja Pada Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan ...* <https://ojsv2-demo2.unimal.ac.id/emabis/article/view/180>
- Jufrizen, J., & Rahmadhani, K. N. (2020). Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai dengan lingkungan kerja sebagai variabel moderasi. *JMD: Jurnal Riset ...* <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/view/561>
- Juliningrum, E., & Sudiro, A. (2014). Pengaruh kompensasi, budaya organisasi, terhadap motivasi kerja dan kinerja pegawai. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/606>
- Keselamatan, B. (2015). Kesehatan Kerja. *Jurnal Sipil Statik*. https://www.academia.edu/download/54857503/kuliah_10_Hub_Industrial_di_Indonesia_K3.pdf
- Larasati, S., & Gilang, A. (2014). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan wilayah telkom jabar barat utara (Witel bekasi). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/view/12167>
- Lestary, L., & Chaniago, H. (2017). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*. <https://jurnal.polban.ac.id/an/article/view/937>
- Lina, D. (2014). Analisis pengaruh kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai dengan sistem reward sebagai variabel moderating. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/157>
- Marpaung, M. (2014). Pengaruh kepemimpinan dan Team work Terhadap kinerja karyawan Di koperasi sekjen kemdikbud senayan jakarta. *Jurnal Ilmiah WIDYA*. http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_39353_9707348.pdf
- Muis, M. R., Jufrizen, J., & Fahmi, M. (2018). Pengaruh budaya organisasi dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan. *Jesya (Jurnal ...)* <http://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/7>
- Mukrodi, M., & Wahyudi, M. (2018). Pengaruh Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Kerja Serta Implikasinya Pada Komitmen Pegawai Di Kantor-Kantor Kementerian Agama Se *Jurnal Ekonomi Efektif*. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2006734>
- Nabawi, R. (2019). Pengaruh lingkungan kerja, kepuasan kerja dan beban kerja terhadap kinerja pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/maneggio/article/view/3667>
- Octavia, N., Hayati, K., & Karim, M. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*. <http://jurnal.feb.unila.ac.id/index.php/jbm/article/view/87>
- Oemar, Y. (2013). Pengaruh Budaya Organisasi, Kemampuan Kerja dan Komitmen Organisasi terhadap Organizational Citizenhsip Behavior (OCB) Pegawai pada



- BAPPEDA *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
<https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/download/496/526>
- Potu, A. (2013). Kepemimpinan, motivasi, dan lingkungan kerja pengaruhnya terhadap kinerja karyawan pada Kanwil Ditjen Kekayaan Negara Suluttenggo dan Maluku Utara di *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen*
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2894>
- Purwanto, A., Asbari, M., Prameswari, M., & ... (2020). Dampak kepemimpinan, budaya organisasi dan perilaku kerja inovatif terhadap kinerja pegawai puskesmas. *Jurnal Ilmu*
https://www.researchgate.net/profile/Agus-Purwanto-10/publication/339087713_Dampak_Kepemimpinan_Budaya_Organisasi_dan_Perilaku_Kerja_Inovatif_Terhadap_Kinerja_Pegawai_Puskesmas/links/5e3cb56a299bf1cdb914a827/Dampak-Kepemimpinan-Budaya-Organisasi-dan-Peril
- Rahmawanti, N. P. (2014). *Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan (Studi pada karyawan kantor pelayanan pajak Pratama Malang Utara)*.
download.garuda.kemdikbud.go.id.
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=189815%5C&val=6468%5C&title=PENGARUH_LINGKUNGAN_KERJA_TERHADAP_KINERJA_KARYAWAN](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=189815%5C&val=6468%5C&title=PENGARUH_LINGKUNGAN_KERJA_TERHADAP_KINERJA_KARYAWAN_Studi_pada_Karyawan_Kantor_Pelayanan_Pajak_Pratama_Malang_Utara) Studi pada Karyawan Kantor Pelayanan Pajak Pratama Malang Utara
- Rolos, J. K. R., Sambul, S. A. P., & ... (2018). Pengaruh beban kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Asuransi Jiwasraya Cabang Manado Kota. *Jurnal Administrasi*
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jab/article/view/21074>
- Safitri, E., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2013). Pengaruh pelatihan dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/6262>
- Setiawan, A. (2013). Pengaruh disiplin kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan pada rumah sakit umum daerah kanjuruhan malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/6280>
- Setiawan, F., & Dewi, A. (2014). *Pengaruh kompensasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada CV. Berkat Anugrah*. neliti.com.
<https://www.neliti.com/publications/252522/pengaruh-kompensasi-dan-lingkungan-kerja-terhadap-kinerja-karyawan-pada-cv-berka>
- Setiawan, K. C. (2015). Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan level pelaksana di divisi operasi PT. Pusri Palembang. *Psikis: Jurnal Psikologi Islami*.
<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/psikis/article/view/567>
- Siagian, T. S., & Khair, H. (2018). Pengaruh gaya kepemimpinan dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan dengan kepuasan kerja sebagai variabel intervening. ... : *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*.
<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/2241>
- Sihaloho, R. D., & Siregar, H. (2020). Pengaruh lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan Pada PT. Super setia sagita medan. *Jurnal Ilmiah Socio Secretum*.
<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/socio/article/view/413>



- Sugiarti, E. (2018). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN (PERSERO) Area Bintaro Tangsel. *Jurnal Semarak*.
[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1469337%5C&val=17738%5C&title=PENGARUH STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT PLN PERSERO AREA BINTARO TANGSEL](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=1469337%5C&val=17738%5C&title=PENGARUH%20STRES%20KERJA%20TERHADAP%20KINERJA%20KARYAWAN%20PADA%20PT%20PLN%20PERSERO%20AREA%20BINTARO%20TANGSEL)
- Suwati, Y. (2013). Pengaruh kompensasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Tunas Hijau Samarinda. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
[https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/03/yuli_jurnal\(03-19-13-02-50-31\).pdf](https://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/03/yuli_jurnal(03-19-13-02-50-31).pdf)
- Suwondo, D. I., & Sutanto, E. M. (2015). Hubungan lingkungan kerja, disiplin kerja, dan kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen*
<http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/19348>
- Trang, D. S. (2013). Gaya kepemimpinan dan budaya organisasi pengaruhnya terhadap kinerja karyawan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen*
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1995>
- Yusnandar, W., & Nefri, R. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Budaya Organisasi Sebagai Variabel Moderasi Pada Rumah Sakit Milik Pemerintah di *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu*
<http://jurnal.abulyatama.ac.id/index.php/humaniora/article/view/433>



PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KECANTIKAN DI TOKOPEDIA

Winda Apriliya

(Winda.Apriliya48@Gmail.Com)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,
Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Ambassador* dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen pada produk *somehinc* di Tokopedia. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan *brand ambassador* dan kualitas produk sebagai variabel independent dan minat beli sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *somehinc* yang pernah melakukan pembelian pada *somehinc* di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 60 responden. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan instrument kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas dan uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji t dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian membuktikan bahwa *brand ambassador* dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: *Brand Ambassador*; Kualitas Produk; Minat Beli

Abstract

This study aims to determine the effect of brand ambassadors and product quality on consumer repurchase interest in somehinc products on Tokopedia. The data used is primary data using quantitative research methods with brand ambassadors and product quality as independent variables and purchase intention as the dependent variable. The population in this study are somehinc consumers who have made purchases at somehinc at Tokopedia. The sampling technique in this study used purposive sampling with a total sample of 60 respondents. In this study, the data collection technique used was a questionnaire instrument. The analysis technique used is validity test, reliability test, classic assumption test, namely normality test and heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, t test and efficiency of determination (R^2). The results of the study prove that brand ambassadors and product quality have a positive and significant influence on consumer buying interest.

Keywords: *Brand Ambassador*; *Product Quality*; *Purchase Intention*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet pada saat ini menjadi salah satu sarana yang mendukung serta mempermudah dalam mencari berbagai informasi yang dibutuhkan, bahkan dengan adanya internet saat ini dapat membantu membuka peluang bagi pebisnis di *e-commerce* untuk mengembangkan produk serta layanan yang mereka jual untuk menarik minat beli konsumen. Perkembangan pada dunia bisnis diseluruh negara tak terkecuali di Indonesia saat ini sangat pesat, sehingga menimbulkan dampak persaingan antara perusahaan lokal maupun perusahaan luar. Seperti saat ini munculnya *e-commerce* yang digemari oleh semua orang selain

memudahkan dan memiliki fitur-fitur yang memadai sehingga banyak orang saat ini berbelanja online karena tidak memiliki batas ruang dan waktu. Sehingga saat banyak e-commerce bermunculan yang menyebabkan banyak pesaing di dunia e-commerce.



Sumber: Katadata

Seperti saat ini jumlah pengunjung Tokopedia pada mencapai 158,3 juta lebih pengunjung dibandingkan dengan *e-commerce* lainnya. Produk yang paling banyak dibeli oleh masyarakat di Tokopedia adalah Produk Perawatan Kecantikan yang mencapai 33,4 juta. Skincare atau produk perawatan kulit adalah produk yang diaplikasikan pada kulit kita dengan bertujuan dan manfaat bermacam-macam bisa menenangkan, memulihkan, memperbaiki, dan melindungi kulit kita. Artinya semua produk perawatan untuk kulit atau skincare merupakan produk untuk merawat kulit yang dapat membuat kulit tidak selalu bermasalah bisa membuat tetap dalam kondisi baik atau bisa membuat lebih baik lagi. Sehingga skincare juga diperlukan untuk mengatasi kulit yang bermasalah seperti jerawat, flek hitam, bekas luka dan lainnya. Saat ini di Indonesia persaingan untuk produk perawatan kulit berkembang dengan pesat.

Produk Somethinc menduduki posisi pertama untuk produk perawatan tubuh di Indonesia pada 14-28 Juni 2022 sebesar 12% pada penjualan online. Penjualan ini didukung dengan pemasaran menggunakan selebriti atau tokoh terkenal sebagai *Brand Ambassador*. *Brand Ambassador* adalah seorang individu yang terkenal dan memiliki banyak pengikut karena prestasinya, oleh karena itu brand ambassador ini digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa untuk menarik minat beli konsumen. Seperti somethinc yang memilih aktor korea yaitu Han So Hee untuk mempromosikan produk kecantikan dari somethinc seperti skincare, makeup dan bodycare.

Lalu untuk kualitas produk Somethinc sangat bagus, produk Somethinc ini merupakan produk lokal, memiliki tekstur yang cukup cair, sehingga pengaplikasinya tidak lengket dan cepat meresap, bahkan cocok untuk berbagai jenis kulit serta tidak membuat kulit kusam. mendapatkan penilaian dari konsumen sebanyak 5 bintang dan konsumen yang membeli produk Somethinc ini merasa puas.

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang

positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap variabel Brand Ambassador dan Kualitas Produk. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji adanya pengaruh Brand Ambassador terhadap minat beli konsumen dan menguji pengaruh Kualitas Produk terhadap minat beli konsumen.

II. TELAAH LITERATUR

A. *Theory of Planned Behavior*

Theory Of Planned Behavior merupakan teori yang ditemukan oleh (Ajzen,1991). Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yang dicetuskan pertama kali oleh Ajzen tahun 1980. *Theory of Reasoned Action* merupakan niat untuk melakukan sesuatu yang disebabkan oleh 2 faktor yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku (Fishbein dan Ajzen, 1975). *Brand Ambassador* sendiri merupakan *Theory Of Planned Behavior* yang merupakan *backgrounds factors* yang dari segi informasi dapat membentuk media sosial yaitu *Brand Ambassador* yang membuat sikap seseorang untuk mempengaruhi konsumen dalam minat beli produk atau jasa. Kualitas Produk juga merupakan *Theory Of Planned Behavior* karena berdasarkan dari segi personal bisa membentuk *values* dari kualitas produk, sehingga konsumen memiliki niat untuk membeli suatu produk karena munculnya rasa ingin tahu konsumen terhadap kualitas produk yang bersal dari *review* para konsumen yang sudah pernah membeli produk tersebut.

B. *Brand Ambassador*

Brand Ambassador adalah pendukung di dalam iklan atau juga yang dikenal sebagai bintang iklan yang mempromosikan atau mengenalkan produk yang diiklankan olehnya. Selain itu, selebriti dipercayai sebagai salah satu faktor pendukung dari sisi psikologis yang mampu mempengaruhi sikap dan keyakinan konsumen pada produk tersebut (Lailiya, 2020). Selebriti digunakan sebagai penyalur, pembicara, serta penghubung dalam sebuah iklan untuk mempromosikan dan memperkenalkan suatu produk dan jasa kepada konsumen untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang dipromosikannya. Brand Ambassador ini dianggap sebagai perwakilan dari suatu identitas produk dan jasa. *Brand Ambassador* ini akan mempengaruhi minat beli konsumen pada suatu produk. Brand Ambassador juga akan mempengaruhi persepsi masyarakat akan kualitas produk dan dapat menarik minat beli konsumen dalam suatu produk.

C. *Kualitas Produk*

Amstrong, Gary dan Philip (2012) menganggap bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau layanan yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk ini merupakan suatu kemampuan pada produk yang mampu memenuhi

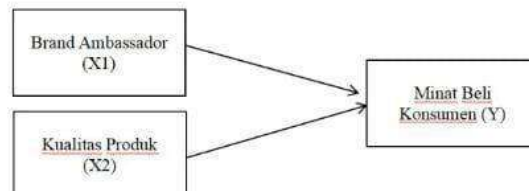
setiap kebutuhan dari konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan karena dapat mampu mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli produk.

D. Minat Beli

Schiffman dan Kanuk dalam Febiana (2014:2) menyatakan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku. Minat beli merupakan dorongan yang ditimbulkan atas suatu produk untuk mencoba atau memiliki produk dan jasa tersebut. Munculnya minat beli dapat menimbulkan keputusan pembelian pada suatu produk yang disebabkan oleh 2 faktor yaitu perilaku orang terdekat dalam keadaan yang tidak terduga, seperti berasal dari pengalaman-pengalaman orang terdekat terhadap suatu produk, yang berasal dari *review* orang tersebut. Sehingga muncul rasa keinginan tahu terhadap produk tersebut dan membuat seseorang mencari informasi-informasi dari produk tersebut setelah itu konsumen mempertimbangkan kembali sebelum membuat keputusan pembelian sehingga, dari minat beli ini muncul dorongan konsumen untuk membeli produk untuk memenuhi kebutuhannya.

E. Kerangka Konseptual

Penelitian ini hendak menguji apakah brand ambassador berpengaruh terhadap minat beli dan apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Berikut ini kerangka berpikir logis dalam bentuk model penelitian.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini menunjukkan hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari Brand Ambassador (X1), Kualitas Produk (X2) yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli (Y).

Minat beli merupakan variabel yang mempengaruhi hubungan dari variabel brand ambassador dan kualitas produk. Minat beli dapat terjadi bila konsumen tertarik atau dipengaruhi oleh aktris atau aktor yang terkenal yang mempromosikan atau memperkenalkan suatu produk dan juga minat beli dapat terjadi oleh kualitas produk juga bila kualitas produk sangat baik maka akan memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian produk lagi.

F. Pengembangan Hipotesis:

Penggunaan brand ambassador dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi atau mengajak konsumen untuk menggunakan sebuah produk. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa *Brand Ambassador* mempunyai nilai positif baik dari segi perilaku, maupun menarik minat pembeli dari berbagai kalangan masyarakat. Menurut Wulan Damarwati (2022) mengatakan bahwa Brand Ambassador berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk.

Kualitas produk berkaitan erat dengan minat beli, karena kualitas produk dapat memberikan pengaruh yang positif untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Sebuah perusahaan harus memenuhi atau memberikan kualitas sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Menurut Verena Valda Oktavianty (2022) mengatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli atau keputusan pembelian konsumen.

H₁: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Brand Ambassador terhadap minat beli konsumen.

H₂: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang merupakan penelitian empiris, karena penelitian ini dilakukan menggunakan observasi atau pengamatan, opini dan sikap. Penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif karena data primer yang didapat melalui pembangian kuisisioner yang berbentuk *online* yang diberikan ke responden.

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa atau sesuatu yang akan diteliti. Populasi yang diambil oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan didalam penelitian ini adalah konsumen somethinc yang pernah melakukan pembelian pada somethinc di Tokopedia.

Menurut Siyoto & Sodik (2015), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 60 orang yang penyebaran kuisisioner ini menggunakan *Google Form*. Kriteria pengambilan sampel sebagai responden didalam penelitian ini adalah:

- a. Jenis kelamin perempuan dan laki-laki
- b. Berusia diatas 17 Tahun
- c. Menggunakan produk Somethinc
- d. Menggunakan aplikasi Tokopedia

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut

Sekaran dan Bougie (2017:130), data primer mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel keterkaitan untuk tujuan tertentu dari studi. Peneliti menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Seperti jeni kelamin laki-laki ataupun perempuan yang telah berumur 17 tahun, serta menggunakan produk *somethinc* dan menggunakan aplikasi Tokopedia. Untuk pengukuran variabel ini menggunakan skala likert dengan keterangan 1 sampai 5 dimana sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), sangat setuju (5). Adapun indikator dari tabel operasional.

Tabel 1. Indikator Variabel Operasional

Variabel	Indikator	Skala
1. Brand Ambassador (X1)	<ul style="list-style-type: none"> -Menjadikan Han So Hee sebagai Brand Ambassador dari produk Somethinc menjadikan kekuatan untuk menarik konsumen berbelanja di Tokopedia. -Kepopuleran Han So Hee menjadi daya tarik konsumen untuk berbelanja produk Somethinc di Tokopedia. -Pesona yang dimiliki Han So Hee membuat konsumen tertarik untuk berbelanja produk Somethinc di Tokopedia. -Citra baik yang dimiliki Han So Hee sebagai Brand Ambassador membuat konsumen yakin untuk berbelanja produk Somethinc di Tokopedia. 	Likert
2. Kualitas Produk (X2)	<ul style="list-style-type: none"> -Berbagai macam produk kecantikan Somethinc yang dibutuhkan oleh konsumen tersedia di Tokopedia. -Deskripsi produk kecantikan Somethinc di Tokopedia memudahkan konsumen membeli produk. -Tampilan produk Somethinc yang ada di Tokopedia sesuai dengan produk yang diterima oleh konsumen. -Kualitas produk kecantikan Somethinc yang dijual di Tokopedia sesuai keinginan konsumen. 	Likert
3. Minat Beli (Y)	<ul style="list-style-type: none"> -Konsumen melakukan pembelian suatu produk sesuai dengan kebutuhannya. 	Likert



- Konsumen melakukan pembelian produk kecantikan Somethinc bila cocok dengan produk tersebut atau melihat review positif dari konsumen lain.
- Konsumen merekomendasikan produk kecantikan ini kepada orang lain bila merasa puas terhadap produk kecantikan Somethinc ini.
- Konsumen melakukan pembelian ulang bila merasa puas pada kualitas produk Somethinc.

Sumber: Data diolah (2023)

Teknik analisa dari data penelitian ini menggunakan metode atau aplikasi *Statistical Program for Science 25* (SPSS 25) dengan perhitungan:

- a. Uji Validitas: digunakan untuk mengukur apakah data yang didapat dari kuisisioner tersebut sah atau valid tidaknya.
- b. Reabilitas: digunakan untuk mengukur apakah suatu data dari kuisisioner itu reliable atau tidak.
- c. Uji Normalitas: uji yang digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak.
- d. Uji Multikolinearitas: untuk menguji apakah ada hubungan kolerasi yang tinggi atau tidak pada variabel independen dalam model regresi.
- e. Uji Heteroskedastisitas: uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dalam varian dari suatu residual dari satu pengamatan atau yang lainnya.
- f. Analisis Regresi Linear Berganda: untuk mengetahui berapa besar pengaruh dari variabel independen seperti *Brand Ambassador* dan kualitas Produk pada variabel dependen yaitu minat beli.
- g. Uji t: uji yang digunakan untuk menguji keberananan atau kepalsuan dari hipotesis yang ada.
- h. Koefisien Determinasi: uji ini untuk mengetahui sejauh mana variabel independen bisa menjelaskan variabel dependen.

IV. HASIL PENELITIAN

Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online* melalui media sosial dalam bentuk *google form* dengan memperoleh 60 responden, responden yang menjadi penelitian ini adalah perempuan dan laki-laki yang berusia diatas 17 tahun, menggunakan aplikasi tokopedia, dan menggunakan produk somethinc.

Tabel 2. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	37	61,7%

Laki-laki	23	38,3%
	60	60%

Sumber: Data diolah (2023)

Terdapat bahwa responden perempuan sebanyak 37 (61,7%) orang dan responden laki-laki sebanyak 23 (38,3%) orang.

Tabel 3. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
19	7	11,7%
20	27	40,8%
21	13	20,4%
22	5	8,3%
23	8	11,8%
Total	60	60%

Sumber: Data diolah (2023)

Terdapat bahwa 7 responden berusia 19 tahun, 27 responden berusia 20 tahun, 13 responden berusia 21 tahun, 5 responden berusia 22 tahun, 8 responden berusia 23 tahun.

Tabel 4. Responden Yang Menggunakan Tokopedia

Pengguna Tokopedia	Jumlah
Ya	60
Tidak	0

Sumber: Data diolah (2023)

Terdapat bahwa dari 60 responden tersebut pernah dan menggunakan Tokopedia. Artinya seluruh responden memenuhi kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

V. PEMBAHASAN

Uji Validitas ini menggunakan *Statistical Program for Social Science 25* (SPSS 25). Metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data-data yang ada dikuisoner tersebut layak untuk diteliti.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Sig.	Kesimpulan
<i>Brand</i> <i>Ambassador</i>	BA 1	0.538	0.25	0.000	Valid
	BA 2	0.466	0.25	0.000	Valid
	BA 3	0.533	0.25	0.000	Valid
	BA 4	0.539	0.25	0.000	Valid
Kualitas Produk	KP 1	0.657	0.25	0.000	Valid
	KP 2	0.562	0.25	0.000	Valid

	KP 3	0.567	0.25	0.000	Valid
	KP 4	0.524	0.25	0.000	Valid
Minat	MB 1	0.478	0.25	0.000	Valid
Beli	MB 2	0.633	0.25	0.000	Valid
	MB 3	0.554	0.25	0.000	Valid
	MB 4	0.557	0.25	0.000	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Dari hasil olah data diatas uji validitas terdapat 12 item kuisiner dinyatakan valid karena tiap variabel lebih dari 0.05 dengan sig (2-tailed) 0.000 oleh karena itu data kuisiner dapat melakukan analisis selanjutnya.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Alpha	Kesimpulan
Brand Ambassador (X1)	0.630	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.694	Reliabel
Minat Beli (Y)	0.672	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

Uji Reliabilitas ini untuk mengukur apakah suatu data dari kuisiner itu reliable atau tidak. Suatu pernyataan dikatakan *reliabel* apabila nilai *Cronbach'S Alpha* (α) harus > dari 0,6. Dari hasil data diatas, bahwa setiap variabel memiliki alpha diatas 0,6 dan dapat disimpulkan sesuai ketentuan nilai *Cronbach'S Alpha*, sehingga semua variabel diatas dinyatakan reliable.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	60
Test Statistic	0.116
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	0.363

Sumber: Data diolah (2023)

Uji Normalitas ini digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan nilai signifikasi lebih besar dari 0,05. Data dalam penelitian ini memiliki nilai signifikasi yang diperoleh sebesar 0.363 yang >0.05 yang berarti data terdistribusi normal.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleransi	VIP	Keterangan
Brand Ambassador	0.993	1.008	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Produk	0.993	1.008	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2023)

Uji Multikolinearitas ini untuk menguji apakah ada hubungan kolerasi yang tinggi atau tidak pada variabel independen dalam model regresi. Untuk mengetahui suatu data tidak terjadi multikolinearitas jika nilai *tolerance* $\geq 0,1$ dan nilai *VIF* ≤ 10 . Dari data yang didapatkan untuk toleransi sebesar 0,993 kedua variabel ini >0.10 . Sedangkan untuk nilai *VIF* kedua variabel ini sebesar 1,008 variabel ini <10.00 . Oleh karena itu model regresi ini tidak terjadi Multikolinearitas.

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Brand Ambassador	0.868	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Produk	0.067	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2023)

Uji Heteroskedastisitas ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dalam varian dari suatu residual dari satu pengamatan atau yang lainnya. Data dikatakan bebas heteroskedastisitas jika sig. $> 0,05$. Dari data diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen dinyatakan tidak terjadi Heteroskedastisitas karena nilai signifikansi seluruh variabel diatas 0.05.

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	<i>Unstandardized Coefficient</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	5.232	1.636		0.002
Brand Ambassador (X1)	0.491	0.075	0.596	0.000
Kualitas Produk (X2)	0.227	0.057	0.366	0.000

Sumber: Data diolah (2023)

$$Y = 5.232 + 0.491X_1 + 0.227X_2$$

Dari data diatas hasil koefisien regresi beta menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki angka lebih besar dari nol, maka setiap variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif. Sehingga dari hasil tersebut bahwa variabel *Brand Ambassador* dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan Tokopedia. Hal ini menunjukkan jika arah hubungan antara variabel X1 dan X2 pada variabel Y ini searah sehingga setiap variabel ini meningkat sehingga variabel Y

meningkat.

Tabel 11. Hasil Uji t

Variabel	Beta	t	Sig.
Brand Ambassador	0.491	6.511	0.000
Kualitas Produk	0.227	3.998	0.000

Sumber: Data diolah (2023)

Dari data diatas dinyatakan bahwa hasil uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai Sig. Dibawah 0.05, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *brand ambassador* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli menggunakan tokopedia, sehingga H1 dan H2 diterima.

Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.458	0.210	0.182	1.23649

Sumber: Data diolah (2023)

Berdasarkan dari hasil tabel diatas bahwa hasil uji koefisien determinasi (R²) terlihat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.182 (18.2%). Jadi variabel Brand Ambassador dan Kualitas Produk mempengaruhi minat beli pada Tokopedia sebesar 18.2%, sedangkan 81.8% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan juga pembahasan yang sudah dijelaskan maka diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu variabel Brand Ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dengan menggunakan Brand Ambassador pada produk kecantikan dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Seperti produk kecantikan Somethinc yang menggunakan Han So Hee sebagai Brand Ambassadornya dimana Han So Hee ini yang memiliki kepopuleran dan pesonanya yang dapat membuat konsumen tertarik untuk membeli. Perusahaan kecantikan saat ini telah banyak di Indonesia, sehingga untuk meningkatkan penjualan perusahaan kecantikan saat ini menggunakan Brand Ambassador yang merupakan aktris atau aktor yang terkenal dan sangat populer di kalangan masyarakat, sehingga perusahaan saat ini banyak menggunakan Brand Ambassador yang merupakan aktris atau aktor dari Korea untuk produknya, karena



banyak masyarakat Indonesia yang menyukai aktris atau aktor dari Korea, sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, sehingga hipotesis kedua dapat diterima. Kualitas Produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen, dengan memiliki kualitas produk yang sangat baik maka konsumen tidak ragu dalam membeli suatu produk, dimana saat ini banyak produk kecantikan yang dijual di e-commerce seperti Tokopedia, konsumen dapat mengetahui kualitas dari produk kecantikan ini dengan melihat deskripsi yang tercantum di bawah gambar produk yang berisi tentang kandungan-kandungan dari produk kecantikan ini dan juga manfaat-manfaat dari kegunaan produk kecantikan ini. Sehingga konsumen bisa merasakan kualitas dari produk ini serta dengan adanya deskripsi dari produk ini juga dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk kecantikan.

Saran penelitian adalah karena penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuisioner secara online, sehingga saat melakukan penyebaran kuisioner penelitian ini mendapatkan responden didalam kampus saja. Sehingga diharapkan penelitian selanjutnya mendapatkan responden tidak hanya di dalam kampus saja.

Keterbatasan dalam penelitian ini ada pada pernyataanya yang tumpah tindih, sehingga penelitian selanjutnya dapat menemukan indikator yang lebih tepat lagi dan diharapkan untuk menjadi bahan referensi dan memperluas dan memperdalam lagi variabel dan produk kecantikan yang menggunakan Brand Ambassador.

DAFTAR PUSTAKA

- Katadata. Diakses pada 8 Juni 2023.
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), pp.179-211.
- Lailiya, Nisfatul, (2020). Pengaruh Brand Ambassador Boyband BTS dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia, e-journal umaha, Vol. 2, No. 2, Tahun 2020.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Terjemahan Ancella Anitawati Hermawan). Jilid I Edisi 6. Prehallindo, Jakarta.
- Damarwati, Wulan. (2022). Pengaruh Song Joong Ki sebagai Brand Ambassador produk Scarlett Whitening terhadap minat beli mahasiswa program studi bahasa korea Universitas Nasional angkatan 2018.
- Oktavianty, Verena Valda. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli produk Scarlett Whitening di Jakarta.
- Handayani, Ririn. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Siyoto, Sandu & Sodik, M. Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media.
- Sekaran, Uma & Roger Bougie. (2017), *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.



PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA DAN MOTIVASIBERWIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA KOTA PALEMBANG

Vinsensius Mario Kekerey
(vinsensiusmario19@gmail.com)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,
Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa kota Palembang. Data yang digunakan adalah data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa kota Palembang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling dan diperoleh 58 responden jumlah mahasiswa. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa kota Palembang.

Kata Kunci: *Lingkungan Keluarga; Motivasi Berwirausaha; Minat Berwirausaha*

Abstract

This study aims to determine the effect of family environment and entrepreneurial motivation on the interest in entrepreneurship in Palembang City students. The data used is secondary data. The population in this study were students from the city of Palembang. The sampling technique used was purposive sampling method and obtained 58 respondents from the number of students. Hypothesis testing is done by multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the family environment and entrepreneurial motivation have a positive effect on the interest in entrepreneurship in Palembang city students.

Keyword: Family Environment; Entrepreneurial Motivation; Interest in Entrepreneurship

I. PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi merupakan lanjutan dari pendidikan menengah yang bertujuan menyiapkan peserta didik untuk memiliki kompetensi akademik dan profesional dalam penerapan, pengembangan, dan penciptaan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni. Setiap lulusan perguruan tinggi tentunya berharap dapat menerapkan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama bertahun-tahun studi pada karir.

Bahkan, lulusan perguruan tinggi mungkin menghadapi tiga pilihan setelah lulus. Pertama, mereka bisa menjadi pegawai pemerintah atau perusahaan swasta. Kedua, mereka mungkin berisiko mengalami pengangguran mental karena persaingan yang ketat atau kurangnya kesempatan kerja yang sesuai dengan latar



belakang pendidikan mereka. Ketiga, mereka memiliki kesempatan untuk memulai perusahaan sendiri (wirausaha).

Memulai bisnis sendiri adalah pilihan yang paling layak dan terbuka bagi lulusan universitas. Pilihan pertama yaitu menjadi PNS atau karyawan perusahaan swasta semakin sulit, karena persaingan semakin ketat, sehingga peluangnya semakin tipis. Apalagi, lulusan perguruan tinggi tentu tidak akan memilih opsi kedua, yakni. pengangguran mental, karena risiko psikologis yang tinggi. Oleh karena itu, kewirausahaan merupakan pilihan yang paling tepat untuk mempercepat pengembangan usaha kecil dan menengah yang berbasis iptek dan sesuai dengan program pemerintah.

Mahasiswa sebagai kelompok elit masyarakat diharapkan menjadi pemimpin negara dan pelopor berdirinya perusahaan. Regulasi yang memudahkan mahasiswa memasuki perguruan tinggi dan mengedepankan idealisme di perguruan tinggi memungkinkan lulusan untuk mengembangkan diri sebagai wirausaha. Di sisi lain, seorang lulusan universitas yang hanya menunggu tawaran pekerjaan atau bahkan menganggur merupakan beban pembangunan.

Orang tua dengan pekerjaan tetap lebih cenderung mendukung anak-anak mereka di pendidikan tinggi daripada dalam kewirausahaan. Orang tua yang berpendidikan tinggi biasanya menyekolahkan anaknya ke perguruan tinggi dengan harapan masa depan anaknya terjamin dengan baik. Mereka percaya bahwa dengan pendidikan yang lebih tinggi, lebih mudah bagi anak-anak untuk mendapatkan pekerjaan yang baik dan stabil.

Motivasi menjadi wirausaha adalah yang melatar belakangi dan menggerakkan seseorang dalam suatu kegiatan yang tujuannya untuk mencapai kebutuhan dan kepuasan melalui pendirian perusahaan atau startup. Minat berwirausaha sangat dipengaruhi oleh motivasi berwirausaha itu sendiri. Jika seseorang memiliki motivasi yang tinggi untuk sukses sebagai wirausahawan, minat wirausaha akan muncul dengan sendirinya dan kontribusi maksimal akan mengikuti. Minat berwirausaha disini berarti kemauan dan kegigihan untuk mengembangkan usaha, kemauan mengambil resiko dalam tindakan yang dilakukan, kemauan untuk mencoba hal baru, kemauan untuk hidup hemat dan kemauan untuk belajar dari kegagalan yang dirasakan. Semua ini diikuti dengan usaha maksimal.

Penulis juga menemukan adanya beberapa research gap di penelitian sebelumnya. Diantaranya adalah Penelitian yang dilakukan oleh Ningrum P.O. (2021) dengan judul “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan

Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa” Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Keluarga tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif, Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif. Pada penelitian selanjutnya dilakukan oleh Harti Oktarina, Eka Adnan Agung, Sitti Hajar Aswad dengan judul “Pengaruh

Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia” Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. Pada research gap yang ada diatas menunjukkan bahwa penelitian dengan topik yang membahas tentang lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha yang dimana selalu menarik untuk diteliti dikarenakan hasil dari penelitian yang berbeda-beda dan juga bergantung pada situasi dan kondisi yang terjadi pada setiap objek penelitian tersebut.

Fenomena gap pada penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha dalam minat berwirausaha dengan kurangnya dukungan dan harapan dari orang tua dan lingkungan sekitar mereka. Meskipun mahasiswa telah memperoleh pendidikan tinggi yang seharusnya memberi mereka pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk menjadi wirausaha sukses, namun masih ada hambatan dalam mewujudkan minat tersebut. Dukungan moral dan materil dari orang tua sangat penting dalam membantu mahasiswa mengatasi risiko dan mengejar peluang dalam dunia bisnis. Namun, orang tua sering kali memiliki pandangan bahwa bekerja di sektor formal adalah pilihan yang lebih aman dan stabil, sehingga mereka kurang mendorong anak-anak mereka untuk menjadi wirausaha. Hal ini mengakibatkan rendahnya motivasi dan kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai bisnis mereka sendiri.

Mahasiswa mengakui bahwa minat mereka untuk berwirausaha masih rendah, terutama karena kurangnya dukungan moral dan materil dari keluarga mereka. Orang tua biasanya menginginkan anaknya bekerja di sektor formal setelah lulus. Hal ini menunjukkan kurangnya motivasi yang tinggi baik dari dalam diri mahasiswa maupun dari lingkungan sekitar, sehingga minat mahasiswa terhadap dunia wirausaha masih rendah.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Palembang”.

Berdasarkan urutan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah Lingkungan Keluarga berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang
- b. Apakah Motivasi berwirausaha berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang
- c. Berdasarkan urutan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
- d. Untuk membuktikan pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang
- e. Untuk membuktikan pengaruh motivasi berwirausaha

terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang

II. TELAAH LITERATUR

A. Theory of Planned Behaviour

Dalam Theory of Planned Behaviour yang disebutkan oleh Grizzell (dalam Nuary, 2010), menyatakan bahwa Theory of Planned Behaviour adalah Theory Of Reasoned Action yang akan disempurnakan dengan penambahan Perceived Behaviour Control. Theory of Planned Behaviour merupakan teori yang meramalkan pertimbangan perilaku karena dari perilaku ini dapat dipertimbangkan dan direncanakan.

Theory of Planned Behaviour menjelaskan bahwa perilaku terbentuk karena muncul niat (intentions) yang dimana niat tersebut akan dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (attitude toward the behaviour), norma subyektif (subjective norm), dan kontrol perilaku (perceived behavioural control).

Lingkungan Keluarga disebut sebagai Theory of Planned Behavior karena dapat mempengaruhi niat mahasiswa dalam minat berwirausaha. Motivasi berwirausaha disebut sebagai Theory of Planned Behavior karena niat dan kemauan dalam melakukan wirausaha.

B. Lingkungan Keluarga

Menurut Salvicion dan Celis (1998) di dalam keluarga terdapat dua atau lebih dari dua pribadi yang tergabung karena hubungan darah, hubungan perkawinan atau pengangkatan, di hidupnya dalam satu rumah tangga, berinteraksi satu sama lain dan di dalam perannya masing-masing dan menciptakan serta mempertahankan suatu kebudayaan. Joe Kathena mengemukakan bahwa lingkungan merupakan segala sesuatu yang berada di luar individu yang meliputi fisik dan sosial budaya, lingkungan. Maka dari itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa Lingkungan keluarga juga mempunyai peran yang sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha tanpa adanya dukungan oleh keluarga seorang calon wirausaha tidak akan bisa meraih kesuksesan dan tidak bisa meraih mimpi yang dia inginkan. Keluarga merupakan orang yang pertama yang selalu hadir pada saat kamu sedih dan juga tempat untuk mencurahkan isi hati dan juga yang memberikan motivasi dan dukungan untuk menghadapi masalah.

C. Motivasi Berwirausaha

Menurut Ratnawati & Kuswardani (2010) motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi kemasa depan, berani mengambil

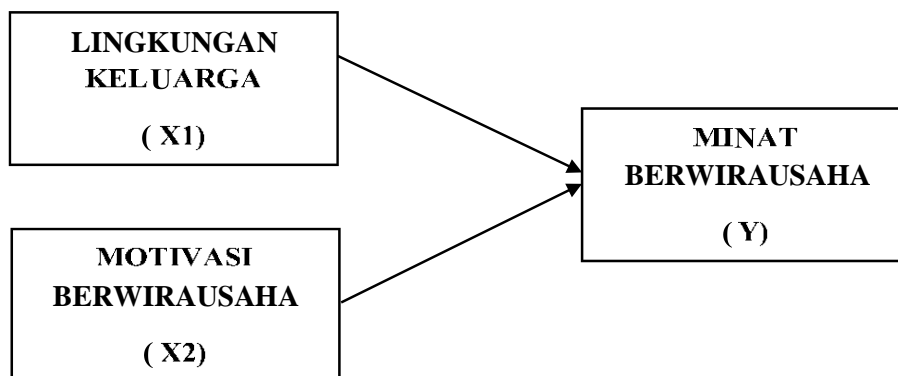
resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi. Maka dari itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa Motivasi Berwirausaha merupakan sebuah dorongan yang timbul untuk melakukan sesuatu dalam mencapai yang diinginkan.

D. Minat Berwirausaha

Menurut Mustofa (2014), minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha. Maka dari itu peneliti dapat menyimpulkan bahwa Minat berwirausaha biasanya muncul karena sudah mempunyai ilmu dan pengetahuan yang cukup dikarenakan sudah mempelajarinya secara langsung dengan berpartisipasi dalam events berkaitan dengan berwirausaha kemudian dari sana lah muncul juga keinginan untuk memulai menjalankan bisnis atau sendiri dengan memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan juga menciptakan bisnis baru dengan inovatif yang baru

E. Kerangka Konseptual

variabel independen yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha dan variabel dependen terdiri dari minat berwirausaha. Berikut merupakan bentuk kerangka konseptual pada artikel penelitian ini



Gambar 1. Kerangka Konseptual

F. Pengembangan Hipotesis

a. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Keluarga merupakan tempat berlangsungnya pembelajaran informal, tempat berlangsungnya proses mendidik anak, agar anak memperoleh nilai, sikap, keterampilan, pengetahuan dan mengembangkan

karakter. Lingkungan keluarga dapat mempengaruhi minat siswa dalam berwirausaha. Keluarga yang mengenalkan anak pada dunia bisnis sejak kecil mempengaruhi minat anak untuk terjun ke dunia bisnis. Keluarga wirausaha secara langsung maupun tidak langsung mendidik anaknya tentang kewirausahaan sehingga anak dapat mempengaruhi dunia usaha.

Dalam hasil penelitian yang dibuat oleh Harti Oktarina, Eka Adnan Agung, Sitti Hajar Aswad pada judul Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia menyimpulkan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. Berdasarkan hasil uraian diatas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut

H1: Lingkungan Keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa kota Palembang

b. Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa

Motivasi Berwirausaha adalah salah satu hal yang mendasari seseorang melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu. Motivasi berwirausaha dapat muncul dari keinginan seseorang untuk berhasil dalam bidang kewirausahaan. Motivasi yang tinggi untuk berhasil dalam bidang usaha membangkitkan minat berbisnis dalam diri seseorang, sehingga ia bertindak untuk mencapai tujuan tersebut. Motivasi berwirausaha yang tinggi juga berdampak besar pada minat berwirausaha.

Dalam hasil penelitian yang dibuat oleh Prawita Oka Ningrum, Nurul Qomariah, Akhmad Fahrur Rozi pada judul Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa menyimpulkan bahwa Lingkungan Keluarga, Motivasi Berwirausaha dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Berdasarkan hasil uraian diatas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut

H2: Motivasi berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Kota Palembang

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang mana digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis yang akan diajukan agar dapat menjelaskan pengaruh antara variabel independen yaitu Lingkungan keluarga dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha.

B. Populasi dan Sampel

Jika ingin melihat semua unsur suatu wilayah penelitian, maka penelitian tersebut adalah survei penduduk atau survei atau sensus penduduk. Obyek penelitian adalah tempat variabel berhubungan. Dalam penelitian ini peneliti mempertimbangkan jumlah

mahasiswa yang ada di kota Palembang. penelitian yang di lakukan sebagian dari populasi maka bisa di bilang penelitian tersebut penelitian Sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan Teknik purposive sampling dengan jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 58 responden dengan kriteria diantaranya, Keluarga nya yang mempunyai usaha sendiri

C. Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian yang digunakan memakai jenis data primer dengan menggunakan metode pengambilan berupa kuesioner, atau observasi. Data penelitian yang digunakan peneliti adalah mahasiswa kota Palembang

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik survei dengan menggunakan alat bantu instrumen kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang digunakan sebagai sarana pengumpulan data melalui survey dan dari situ dapat diperoleh informasi sesuai dengan tujuan penelitian yang diselidiki. Kuesioner yang digunakan dengan menggunakan google form..

E. Teknik Analisis data

c. Uji Kelayakan Instrumen

- a) Uji validitas adalah uji ketelitian atau pengukuran valid tidaknya suatu pertanyaansurvei. Hal ini diukur dengan mengkorelasikan skor dari masing-masing pertanyaan dengan skor total.
- b) Uji reliabilitas diukur dengan alat bantu IBM SPSS pada tabel Realibility Statistics yaitu Cronbach'S Alpha. Yang harus diperhatikan dalam uji reliabilitasinini yaitu Cronbach'S Alpha harus > dari 0,6.

d. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini menggunakan dengan menggunakan uji yaitu uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji statistik t

- a. Uji normalitas digunakan untuk mencari apakah variabel yang diteliti

tersebut datanya terdistribusi normal dan juga uji ini menggunakan Kolmogorov- Smirnov dengan mempunyai ketentuan bahwa data terdistribusi normal jika signifikasinya lebih besar dari 0,05 dan data tidak terdistribusi normal jika signifikasinya kurang dari 0,05

- b. Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Dalam regresi yang baik tidak terjadi antara variabel independen. Metode yang dipakai dalam uji ini nilai variance inflation factor (VIF) dan tolerance.
- c. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.
- d. Analisis Regresi Linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yang mempunyai nilai lebih dari satu terhadap variabel satu yang terkait.
- e. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen yang mempunyai nilai diantara nol sampai satu.
- f. Uji statistik t digunakan untuk mengetahui hipotesis yang diteliti diterima atau ditolak

IV. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa yang mempunyai minat berwirausaha di kota Palembang. Data yang dipakai dan diolah memakai data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah 15 butir pertanyaan yang disebar kepada mahasiswa yang mempunyai minat berwirausaha di kota Palembang melalui kuesioner online dengan google form dan juga kuesioner disebar melalui whatsapp dengan melakukan chat personal di Whatsapp Pribadi.

Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	28	48%
Perempuan	30	52%
Total	58	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel menunjukkan profil responden berdasarkan jenis kelamin. Responden kuesioner berjumlah 58 yaitu Laki-Laki berjumlah 28 dengan presentase 48%, Perempuan berjumlah 30 dengan Presentase 52%

Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
18 tahun	2	3%
19 tahun	4	7%
20 tahun	31	53%
21 tahun	13	22%
22 tahun	3	5%
23 tahun	5	9%
Total	58	100%

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel menunjukkan profil responden berdasarkan usia. Responden kuesioner berjumlah 58 yaitu usia 18 tahun berjumlah 2 dengan presentase 3%, usia 19 tahun berjumlah 4 dengan presentase 7%, usia 20 tahun berjumlah 31 dengan presentase 53%, usia 21 tahun berjumlah 13 dengan presentase 22%, usia 22 tahun berjumlah 3 dengan presentase 5%, usia 23 tahun berjumlah 5 dengan presentase 9%

Tabel 3. Profil Responden berdasarkan asal perguruan tinggi

Asal Perguruan tinggi	Frekuensi	Presentase
Insitut Teknologi dan Bisnis Palcomtech	2	3%

Universitas Sriwijaya	2	3%
Universitas Katolik Musi Charitas	54	93%
Total	58	100%

Sumber: Data Diolah (2023)

Menunjukkan profil responden berdasarkan asal perguruan tinggi. Responden kuesioner berjumlah 58 yaitu Insitut Teknologi dan Bisnis Palcomtech berjumlah 2 dengan presentase 3%, Universitas Sriwijaya berjumlah 2 dengan presentase 3 %, Universitas Katolik Musi Charitas berjumlah 54 dengan Presentase 93%

A. Teknik Analisis Data

a. Uji Kelayakan Instrumen

Uji Kelayakan instrumen pada penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas

Tabel 4. Uji Validitas

Indikat or	R.Hitung	R.Tabel	Has il
LINGKUNGAN KELUARGA			
LK01	0,662	0,214	VALID
LK02	0,759	0,214	VALID
LK03	0,734	0,214	VALID
LK04	0,651	0,214	VALID
LK05	0,658	0,214	VALID
MOTIVASI BERWIRAUSAHA			
MB01	0,634	0,214	VALID
MB02	0,803	0,214	VALID
MB03	0,709	0,214	VALID
MB04	0,658	0,214	VALID
MB05	0,692	0,214	VALID
MINAT BERWIRAUSAHA			
MB01	0,658	0,214	VALID
MB02	0,721	0,214	VALID
MB03	0,686	0,214	VALID
MB04	0,703	0,214	VALID
MB05	0,719	0,214	VALID

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil Tabel menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dari variabel Lingkungan Keluarga (X1), variabel Motivasi Berwirausaha (X2) dan Minat Berwirausaha (Y) mendapatkan hasil valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,214)

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach'Alp ha	Sig	Hasil
Lingkungan Keluarga	0,712	0,60	RELIAB EL
Motivasi Berwirausaha	0,734	0,60	RELIAB EL
Minat Berwirausaha	0,736	0,60	RELIAB EL

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil Tabel menunjukkan bahwa semua pernyataan dari variabel lingkungan keluarga (X1), variabel motivasi berwirausaha (X2) dan variabel Minat Berwirausaha mendapatkan hasil yang reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60

b. Uji Asumsi Klasik

Tabel 6. Uji Normalitas

	Unstandarized Residual	Hasil
N	58	
Kolmogorov Smirnov	1,460	
	0,200	NORM AL
Asymp. Sig (2 tailed)		

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil dari Tabel ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal dikarenakan nilai Unstandardized Residual diatas 0,05 yang dimana pada responden awal diperoleh 60 kemudian setelah dilakukan pengujian data tersebut tidak terdistribusi normal maka ada sebanyak 2 responden yang bernilai ekstrim dibuang jadi tersisa 58 kemudian dilakukan pengujian ulang dan hasil pengujian kedua mendapatkan data yang terdistribusi normal

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,368	2,418		3,047	0,004		
X1	0,211	0,102	0,241	2,066	0,044	0,789	1,267
X2	0,460	0,109	0,493	4,234	0,000	0,789	1,267

Sumber: Data diolah (2023)

Dapat dilihat pada tabel berikut ini bahwa nilai tolerancenya yaitu 0,789 dan nilai VIF yaitu 1,267. Nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10, maka uji ini tidak terjadi multikolinearitas

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	0,725	1,431		0,507	0,614

X1	-0,020	0,060	-0,050	-0,332	0,741
X2	0,039	0,064	0,092	0,605	0,547

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil dari tabel ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada uji ini dikarenakan nilai signifikan > 0,05

B. Teknik Pengujian Hipotesis

Tabel 9. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,368	2,418		3,047	0,004
	X1	0,211	0,102	0,241	2,066	0,044
	X2	0,460	0,109	0,493	4,234	0,000

Sumber: Data diolah (2023)

Pada hasil tabel ini dapat dilihat persamaan analisis regresi linier berganda dalam uji ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Minat Berwirausaha} = 7,368 + 0,211X_1 + 0,460X_2$$

Interprestasinya :

- a. Koefisien regresi variabel Lingkungan Keluarga (X1) sebesar 0,211 menyatakan bahwa adanya arah pengaruh positif antara Lingkungan Keluarga dengan Minat Berwirausaha, jika ada dukungan dari Lingkungan keluarga maka minat berwirausaha semakin meningkat
- b. Koefisien regresi variabel Motivasi Berwirausaha (X2) sebesar 0,460 menyatakan bahwa adanya arah pengaruh positif antara Motivasi Berwirausaha dengan Minat Berwirausaha, jika semakin baik Motivasi Berwirausaha maka Minat Berwirausaha semakin meningkat

Tabel 10. Uji T

Mo	Unstandardized	Standardized		
	zed	ze	d	

del		Coefficients		Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	7,368	2,418		3,047	0,004
	X1	0,211	0,102	0,241	2,066	0,044
	X2	0,460	0,109	0,493	4,234	0,000

Sumber: Data diolah (2023)

- a. Variabel Lingkungan Keluarga berpengaruh positif Minat Berwirausaha karena nilai signifikansinya $0,044 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,066 > t$ tabel $2,004$
- b. Variabel Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha karena nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,234 > t$ tabel $2,004$

Tabel 11. Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,641 ^a	0,410	0,389	1,487

Sumber: Data diolah (2023)

Hasil dari output diatas, didapatkan nilai R Square (Koefisien determinasi) sebesar 0,389 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap independen (Y) Sebesar 38,9%

V. PEMBAHASAN

Hasil pengujian dari hipotesis adalah sebagai berikut:

A. Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,044 Nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai B bernilai positif sebesar 0,211, maka

hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha diterima. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Harti Oktarina, Eka Adnan Agung, Sitti Hajar yang menyatakan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha. Lingkungan keluarga berperan penting terhadap Minat Berwirausaha dikarenakan dengan adanya dukungan dari keluarga maka usaha yang dirintis akan berjalan lancar dan juga baik.

B. Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,000. Nilai signifikan $< 0,05$ dan nilai B bernilai positif sebesar 0,460, maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha diterima. Hal ini sesuai dengan Hasil penelitian oleh Prawita Okta Ningrum, Nurul Qomariah, Akhmad Fahrur Rozi yang menyatakan bahwa Motivasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Motivasi berperan penting terhadap Minat Berwirausaha dikarenakan dapat menumbuhkan semangat dan tekak untuk merintis Usaha

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah diuji dan dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

- a. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan nilai Sig. yaitu sebesar 0,044 nilai signifikan $< 0,05$. Maka uji hipotesis pertama menyatakan “Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang” diterima. Yang dimana artinya Lingkungan Keluarga memiliki pengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang
- b. Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan nilai Sig. yaitu sebesar 0,000 nilai signifikan $< 0,05$. Maka uji hipotesis kedua menyatakan “Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang” diterima. Yang dimana artinya Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Kota Palembang

B. Implikasi

Berdasarkan hasil yang telah diteliti ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga positif dan motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa di Kota Palembang. Dukungan orang tua dalam mendidik untuk berwirausaha dan memiliki tujuan yang kuat sebagai motivasi sangat penting untuk meningkatkan minat berwirausaha.



Indikator kecenderungan yang tinggi juga menjadi penanda dominan dalam menentukan minat berwirausaha pada mahasiswa. Namun, selain pengaruh lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha, masih ada faktor-faktor lain yang perlu diteliti untuk memahami lebih dalam mengenai minat berwirausaha pada mahasiswa.

C. Keterbatasan

- a. Pada Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen saja, yaitu Lingkungan keluarga dan Motivasi Berwirausaha
- b. Pada Penelitian ini terdapat responden yang di buang sebanyak 2 responden
- c. Pada Pengukuran variabel Penelitian masih harus dikembangkan lagi

D. Saran

- a. Bagi penelitian yang akan meneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan lebih dari dua variabel dependen dan menambahkan variabel lainnya selain Lingkungan keluarga dan Motivasi berwirausaha yang lebih dapat mempengaruhi minat berwirausaha, seperti misalnya variabel jiwakewirausahaan
- b. Bagi penelitian yang akan meneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah responden yang lebih banyak lagi
- c. Bagi penelitian yang akan meneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah pengukuran variabel dan juga dikembangkan dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

- Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik Smk Di Kabupaten Subang. *Jurnal Manajerial*, 17(2), 227.
- Septianti, D. (2016). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tridinanti Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 7(3), 1-7
- Lestari, A., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Pengaruh Sikap Mandiri, Lingkungan Keluarga dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha para Remaja (Studi Empiris di Desa Jamus Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak). *Journal Of Management*, 2(2).
- Anggraeni, J. (2019). PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Nurdin Hamzah Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 8(3), 45-51.
- Ningrum, P. O. (2021). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi Berwirausaha Dan



Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).

- Wahyuningsih, T. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Kepribadian Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI SMKN Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 6(7).
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019, September). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia. In *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara* (Vol. 1, No. 1, pp. 49-54).
- Krissetia, P. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha (studi pada mahasiswa Program Studi S1 Manajemen angkatan 2016/2017 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang)/Paramastri Krissetia (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE

Tiara Febri Ayu Valencia
tiarafebriayuv@gmail.com

Program Studi Manajemen, Universitas Katolik Musi Charitas

Abstrak

Teknologi berkembang dengan sangat pesat dan tersebar ke berbagai elemen lapisan masyarakat. Kegunaan internet dalam aplikasi bisnis yaitu electronic commerce (e-commerce). Banyak orang lebih menyukai berbelanja secara online menggunakan E-commerce seperti Shopee yang menawarkan harga yang murah dan kualitas yang bagus. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Media Sosial terhadap Minat Beli di E-commerce Shopee. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik survey dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Form. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sample adalah 59 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Iklan Media Sosial berpengaruh positif terhadap minat beli di e-commerce Shopee.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Iklan Media Sosial, Minat beli*

Abstract

Technology is developing very rapidly and spread to various elements of society. The use of the internet in business applications is electronic commerce (e-commerce). Many people prefer to shop online using E-commerce such as Shopee which offers low prices and good quality. This study aims to empirically examine the effect of Product Quality and Social Media Ads on Purchase Intention in E-commerce Shopee. This research is a quantitative research using primary data types. The data collection technique used is a survey technique using a questionnaire instrument distributed through the Google Form. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The sampling method used purposive sampling with a total sample of 59 respondents. The results of this study indicate that Product Quality and Social Media Ads have a positive effect on purchase intention at Shopee e-commerce.

Keywords: *Product Quality, Social Media Ads, Purchase*

I. PENDAHULUAN

E-commerce sendiri adalah bisnis secara elektronik yang dapat memfokuskan transaksi bisnis dengan menggunakan internet sebagai pertukaran barang dan jasa. Di Indonesia pertumbuhan e-commerce sangat berkembang pesat. Penggunaan internet ini lah yang menjadi potensi besar untuk e-commerce. Pertumbuhan penggunaan e-commerce setiap tahun di Indonesia mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 sampai 2023 ada kenaikan penggunaan e-commerce sebesar 47%. Shopee menjadi peringkat nomor 1 e-commerce pilihan masyarakat Indonesia dengan jumlah 77% pengguna. Sedangkan Tokopedia menduduki posisi kedua dengan 39% pengguna serta yang paling rendah diduduki oleh JD.ID dengan 5% pengguna. Banyaknya pengguna yang menggunakan e-commerce Shopee maka



Shopee juga sangat memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan memberikan kualitas produk yang baik maka Shopee akan selalu menjadi pilihan masyarakat Indonesia untuk berbelanja secara online. Selain menjaga agar kualitas produk tetapa baik, Shopee juga membuat iklan dan slogan yang menarik dapat meningkatkan minat beli masyarakat. Shopee terkenal dengan slogan “Gratis Ongkir Seluruh Indonesia”. Slogan ini mudah di ingat dan dapat menarik minat beli. Yulianda dan Handayani (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “The Effect Of Two Aspects-Quality Products and Consumers Psychology-Toward The Purchase Decisions Of Samsung Mobile Phone” dan Brata et al (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “The Influence Of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision On Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta” menyatakan bahwa kualitas produk, psikologi konsumen, harga, promosi dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Ayu Wandira dan Edwar (2016), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartfren Andromax 4G/LTE Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya”, menyatakan bahwa kualitas produk dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas produk pada Shopee dikarenakan ditemukan bahwa ada beberapa toko yang menjual produk nya dengan memberikan kualitas produk yang kurang baik dengan yang telah di deskripsikan. Penelitian ini ingin mengkaji kualitas produk, iklan media sosial terhadap minat beli di e-commerce Shopee. Penelitian ini untuk menganalisis dan menguji seberapa berpengaruh kualitas produk dan iklan media sosial terhadap minat beli di e-commerce Shopee. Manfaat dari penelitian ini untuk para pembeli online shop maupun penjual agar mengetahui efektivitas dari kualitas produk serta iklan media sosial terhadap minat beli.

II. TELAAH LITERATUR

A. Kualitas Produk

Menurut Kolter dan Armstrong (2012 : 283) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas , reliabilitas ketepatan , kemudahan pengoperasian dan reparasi produk. Produk yang lebih unggul dari kompetitor akan membuat rasa puas terhadap konsumen. Pentingnya kualitas produk karena dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Manfaat dari kualitas produk sendiri adalah: untuk meningkatkan pangsa pasar, untuk mewujudkan kualitas yang dirasakan penting bagi konsumen dan untuk meningkatkan reputasi perusahaan.



B. Iklan Media Sosial

Tjiprono (2012 : 78) mendefinisikan iklan sebagai suatu proses persuasi yang tidak langsung yang didasari pada informasi tentang kelebihan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah pikiran orang untuk melakukan tindakan atau pembelian sehingga menurut penulis yang dimaksud daya tarik iklan adalah daya tarik yang dibuat oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mempengaruhi dan menarahkan pikiran orang lain pada suatu tujuan seperti pesan pada iklan dengan metode tertentu. Ada beberapa fungsi dari iklan yaitu: untuk menentukan target pasar yang tepat, meningkatkan penjualan dan memperluas pasar.

C. Minat Beli

Kolter, (2005) mengatakan minat digambarkan sebagai situasi dimana konsumen belum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Menurut Simamora (2001 : 106) minat beli terhadap suatu produk timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), terdapat aspek minat beli konsumen, yaitu: tertarik untuk mencari informasi tentang produk, mempertimbangkan untuk membeli, tertarik untuk mencoba, ingin mengetahui produk dan ingin memiliki produk.

D. Kerangka Penelitian

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Minat beli adalah kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar pada seseorang untuk membeli suatu produk, dimana faktor-faktor yang mempengaruhinya berasal dari dalam dan luar dirinya yaitu dimana individu berada (Mulyadi dan Haiholan, 2015). Kualitas produk yang baik akan mampu bersaing dengan produk lain dan dapat memberikan kenyamanan pada konsumen karena memiliki kualitas yang tinggi.

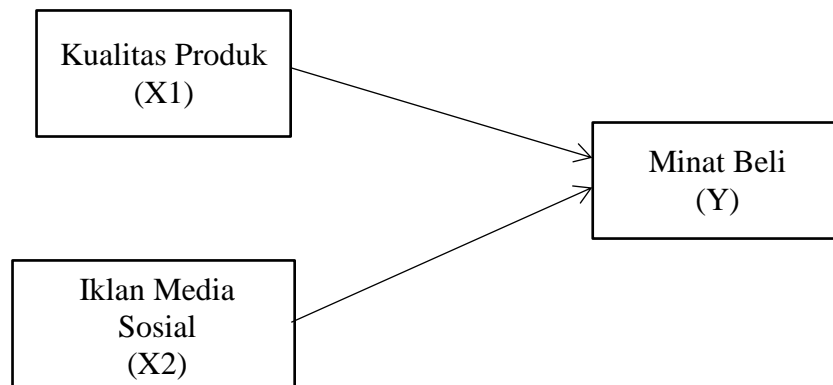
H1 : Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli di E-commerce Shopee

b. Pengaruh Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli di E-commerce Shopee

Menurut Fatihudin dan Firmansya (2019) iklan merupakan model komunikasi yang dapat menjangkau publik secara luas. Iklan dapat digunakan untuk membangun image jangka panjang dan juga mempercepat penjualan. Perusahaan akan membuat iklan yang menarik dan mudah dipahami agar dapat membuat calon pembeli

memiliki minat beli terhadap barang yang dijual. Dengan menyebarkan di media sosial seperti Instagram dan Tik Tok maka akan banyak orang yang melihat kemudian percaya dengan iklan yang ditawarkan.

H2: Iklan Media Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli di E-commerce Shopee



Gambar 1. Kerangka Konseptual

III. METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sample

Metode yang digunakan dalam pengambilan sample dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono, 2017:126 Purposive sampling merupakan teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Penggunaan purposive sampling dikarenakan tidak semua sample memiliki kriteria yang diinginkan penulis. Kriteria yang ditetapkan yaitu 1) berusia 19-35 tahun, 2) memiliki akun Shopee, 3) pernah berbelanja di Shopee. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah Teknik Survei dengan instrumen kuesioner. Kuesioner dibuat dalam bentuk Google Form dengan menggunakan skala likert. Pengukuran skala likert yang diterapkan peneliti merupakan skala dari 1 sampai 5 yang artinya:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

IV. HASIL PENELITIAN

Pertama melakukan uji validitas dan reliabilitas sebelum melakukan uji hipotesis.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Indikator	R-hitung	R-tabel	Keterangan
X1.1	0,627	0,266	VALID
X1.2	0,759	0,266	VALID
X1.3	0,727	0,266	VALID
X1.4	0,695	0,266	VALID
X1.5	0,724	0,266	VALID
X1.6	0,740	0,266	VALID
X2.1	0,912	0,266	VALID
X2.2	0,953	0,266	VALID
X2.3	0,662	0,266	VALID
X2.4	0,857	0,266	VALID
X2.5	0,803	0,266	VALID
X2.6	0,918	0,266	VALID
Y.1	0,858	0,266	VALID
Y.2	0,874	0,266	VALID
Y.3	0,915	0,266	VALID
Y.4	0,849	0,266	VALID
Y.5	0,881	0,266	VALID
Y.6	0,804	0,266	VALID

Berdasarkan hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa semua indikator pertanyaan valid dikarenakan nilai R-hitung lebih besar dari r-tabel.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Kualitas Produk	0,788	6	RELIABEL
Iklan Media Sosial	0,924	6	RELIABEL
Minat Beli	0,929	6	RELIABEL

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka dapat dikatakan pada tiap variabel sudah reliabel.



Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

Unstandarized Residual	
Kolmogorov-Smirnov Z	0,71

Tabel 3 menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal dikarenakan nilai Unstandarized Residual diaatas 0,05.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
X1	599	1.669
X2	599	1.669

Pada tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai tolerance yaitu 0,599 dan nilai VIF yaitu 1,669. Nilai tolerance > 10 dan nilai VIF < 10 , maka penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t	Signifikansi
Total_X1	.000	1.000
Total_X2	.000	1.000

Dapat dilihat bahwa nilai sig pada variabel Kualitas Produk yaitu 1,00 dan Iklan Media Sosial yaitu 1,00. Nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heroketastisitas.

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R Square	Adjusted R Square
.556	.540

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai dari Adjusted R Square adalah sebesar 0,540 yang artinya kemampuan variabel Kualitas Produk dan Iklan Media Sosial dalam menjalankan variabel minat beli adalah 54,0% dan sisanya 46% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

**Tabel 7
Hasil Uji T**

Variabel	Unstandardized Coefficients	Sig.
Total_X1	.621	.000
Total_X2	.226	.000

Pada tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai signifikan $< 0,05$ yang artinya H1 dan H2 diterima.

- a. Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap minat beli karena nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$
- b. Variabel Iklan Media Sosial berpengaruh positif terhadap minat beli karena nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$

**Tabel 8
Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1.(Constant)	0.516	3.192			1.415	.163
Total_X1	.621	.144	.495		4.305	.000
Total_X2	.226	.080	.326		2.835	.006

Pada tabel 4.15 dapat dilihat persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 0,516 + 0,621 X_1 + 0,226 X_2$$

Interprstasinya:

- a. a.Konstanta, nilai costant sebesar 0,516 yang artinya jika nilai variabel kualitas produk dan iklan media sosial berkerja sama dengan nol, maka minat beli sebesar 0,516
- b. Koefisien $\beta_1 = 0,621$, menunjukkan jika kualitas produk
- c. mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan meningkatnya minat beli sebesar 0,621 dengan asumsi variabel independen yang lainnya bersifat konstan.



- d. Koefisien $\beta_2 = 0,226$ menunjukkan jika iklan media sosial mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan meningkatnya minat beli sebesar 0,266 dengan asumsi variabel independen lainnya bersifat konstan.

V. PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli di E-commerce Shopee

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000. Nilai signifikan $< 0,5$ dan nilai B bernilai positif sebesar 0,621, maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap minat beli di E-commerce Shopee diterima. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yulismi (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan”. Kualitas produk berperan penting terhadap minat beli di E-commerce Shopee, dikarenakan Shopee memperhatikan setiap toko untuk menjaga kualitas produk yang dijual supaya calon konsumen maupun konsumen menjadi percaya untuk berbelanja di Shopee. Maka dari itu banyak masyarakat menggunakan Shoppe untuk berbelanja secara online.

B. Pengaruh Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli di E-commerce Shopee

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000. Nilai signifikan $< 0,5$ dan nilai B bernilai positif sebesar 0,226, maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa iklan media sosial berpengaruh positif terhadap minat beli di E-commerce Shopee diterima. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Laurencia G.M. Hunowu,dkk (2018) pernah meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen di Aplikasi Codashop. Yang menyatakan bahwa iklan memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Iklan media sosial juga berperan penting terhadap minat beli di E-commerce Shopee, dikarenakan perusahaan Shopee menggunakan variabel iklan media sosial untuk meningkatkan promosi yang menarik lewat iklan media sosial. Hal ini terbukti dari iklan yang ditampilkan di Instagram maupun Tik Tok dapat membuat calon konsumen memiliki minat beli di Shopee. Bagian pembahasan adalah diskusi antara temuan pada penelitian dan hasil temuan penelitian empiris.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) yaitu $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis pertama yang menyatakan “ Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli di E-commerce Shopee” diterima.



Artinya kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli di e-commerce Shopee.

- b. Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) yaitu $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis pertama yang menyatakan “Iklan media sosial berpengaruh positif terhadap minat beli di E-commerce Shopee” diterima. Artinya iklan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat beli di e-commerce Shopee.

A. Saran

- a. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan lebih dari dua variabel independen dan menggunakan variabel lainnya selain kualitas produk dan iklan media sosial yang juga bisa mempengaruhi minat beli.
- b. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan indikator pengukuran variabel lebih banyak lagi agar pernyataan pada masing-masing variabel lengkap.
- c. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah responden supaya dapat mendukung hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Ayu Wandira dan Edwar (2016),

dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartfren Andromax 4G/LTE Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya

Menurut Laurencia G.M. Hunowu,dkk (2018)

pernah meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk,Harga dan Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen di Aplikasi Codashop.

Yulianda dan Handayani (2015)

dalam penelitiannya yang berjudul “The Effect Of Two Aspects-Quality Products and Consumers Psychology-Toward The Purchase Decisions Of Samsung Mobile Phone” dan Brata et al (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “The Influence Of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision On Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta”

Yulasmi (2015)

dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan” dan Astuti dan Abdullah (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Usaha Mikro Kecil Menengah”

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016):

Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Marentek., Lopian., dan Supandi (2017).

Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Bahu Mall Manado. Jurnal EMBA Vol 5, No 3



*Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis
(National Conference Management And Business)
Palembang, Indonesia, 3-4 Juli 2023
Paper No. 027*

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/17163> Diakses tanggal 5 Juni 2021



PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DIPERUSAHAAN (STUDI EMPRIS CV DIPALEMBANG)

Stevanus Dame Siregar
stevanussiregaar@gmail.com

Program Studi Manajemen Bisnis, Fakultas Bisnis Dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi
Charitas, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel lingkungan keluarga dan motivasi kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Objek yang diteliti pada penelitian ini yakni Perusahaan CV di Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada perusahaan CV di Kota Palembang. Jumlah sampel penelitian yang diperoleh sebanyak 62 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel lingkungan keluarga dan motivasi kerja memiliki pengaruh terhadap kinerja karyawan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji T. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni lingkungan keluarga dan motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan di perusahaan CV Palembang.

Kata Kunci: Lingkungan keluarga, Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan

Abstract

This study aims to determine whether the variables of family environment and work motivation affect employee performance. The object studied in this study is a CV company in Palembang. The population in this study were all employees at CV companies in Palembang City. The number of research samples obtained was 62 respondents. The sampling technique used non probability sampling technique with purposive sampling approach. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis which is used to determine whether the variables of family environment and work motivation have an influence on employee performance. Hypothesis testing is done using the T test. The results obtained from this study are that the family environment and work motivation have a positive effect on employee performance in the Palembang CV company.

Keyword: Family environment, Work Motivation and Employee Performance

I. PENDAHULUAN

Pada masa sekarang, organisasi harus menyadari potensi tenaga kerja mereka karena lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Membuat perusahaan harus mengawasi kinerja yang merujuk pada hasil pencapaian individu dalam menyelesaikan tugas dan peran yang diemban dalam sebuah organisasi. Didukung oleh peneliti Naharuddin dan Sadegi (2013) membuktikan kinerja karyawan tergantung pada kemauan dan juga keterbukaan karyawan itu sendiri dengan dirinya dan orang lain dalam melakukan pekerjaannya.

Di dalam lingkungan keluarga terdapat hal yang paling menguatkan yaitu dukungan dari keluarga yang positif atas tindakan yang diambil setiap keputusan seorang. Sesuai dengan penelitian oleh Arlinda Ashar & Intaglia Harsanti (2017), memperlihatkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara



work family conflict dengan quality of work life pada karyawan. Dengan cara ini karakter seseorang di dalam kerja akan terbentuk secara perlahan dengan keinginan dan motivasi yang tinggi.

Motivasi adalah keinginan perubahan dalam diri seseorang untuk mengubah cara berfikir dengan tindakan-tindakan yang nyata. Dengan motivasi yang tinggi setiap karyawan yang akan kerja, akan berusaha mengeluarkan kemampuannya untuk mendapat hasil kerja yang semaksimal mungkin diberikan terhadap organisasi. Sesuai dengan penelitian Geovanno Harland Goni Wilfried S. Manoppo Joula J. Rogahang(2021), bahwa Motivasi Kerja memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan.

Dalam Perusahaan CV di Palembang ini, karyawan yang memiliki kewajiban untuk selalu berusaha memberikan kontribusinya ke perusahaan mereka berkerja. Dengan kesibukan dunia kerja yang karyawan ini jalani maka mereka membutuhkan satu sama lain sehingga terdapat tuntutan kerja setiap harinya dengan maksud pencapaian kinerja organisasi. Dengan tuntutan yang membuat karyawan semakin berusaha untuk selalu memberikan terbaik untuk perusahaan.

Disamping tuntutan kerja yang meningkat terdapat juga tuntutan dari lingkungan keluarga yang dimana mempengaruhi karyawan untuk termotivasi menjalankan visi perusahaan. Didalam kerja, terdapat motivasi terbesar bagi karyawan salah satunya ialah tuntutan dari lingkungan keluarga yang mempengaruhi kinerja seorang karyawan secara positif untuk mencapai target yang ia bisa, dengan maksud untuk memberikan kepada diri sendiri terhadap hasil kerjanya(gaji). Disamping itu ada tekanan dalam diri individu atas kinerja yang dipaksanya untuk memperoleh hasil kinerja yang lebih. Dengan begini setiap individu akan kesulitan menjalankan setiap tanggung jawab pekerjaan yang sudah disepakati sebelumnya. Seperti penelitian "Work-Family Conflict and Job Performance: The Moderating Role of Job Resources" oleh Y. Yang, C. Liu, dan Q. Li (2016): Penelitian ini menunjukkan bahwa konflik antara tuntutan kerja dan tuntutan keluarga berkorelasi dengan penurunan kinerja kerja, tetapi efek ini dapat diperlemah oleh sumber daya kerja yang memadai. Hal ini akan berdampak buruk pada setiap karyawan sehingga motivasi dalam bekerja akan semakin menurun dratis dan operasional

perusahaan akan menghambat proses pelayanan, maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar karyawan perusahaan yang mengalami ketidak seimbangan.

Melihat fenomena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian, karena ada ketidak seimbangan antara tuntutan kerja yang mengaruskan sesuai dengan job des dari atasan dan disatu sisi lingkungan keluarga yang dimana dari penelitian sebelumnya, bahwa lingkungan keluarga yang seharusnya memberikan dukungan, simpati dan memberikan nilai moral yang positif dari setiap individu dari bagian keluarga. Tetapi tuntutan lingkungan keluarga juga bisa mempengaruhi rasa



motivasi dari karyawan yang dimana rasa beban berat akan mempengaruhi kelelahan emosional sehingga berdampak pada produktivitas kerja yang menurun.

Penelitian ini hendak menguji Apakah lingkungan keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan. Dan Apakah Motivasi Kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan diperusahaan CV dipalembang.

II. TELAAH LITERATUR

A. Teori Lingkungan Keluarga

Keluarga adalah lingkungan dimana beberapa orang yang masih memiliki hubungan darah dan bersatu. Keluarga diartikan sebagai kumpulan orang yang tinggal dalam satu rumah yang masih mempunyai hubungan kekerabatan/hubungan darah karena perkawinan, kelahiran dan dopsi.

Lingkungan keluarga merupakan lingkungan pendidikan yang pertama, karena dalam keluarga inilah anak mendapatkan didikan dan bimbingan. Menurut Hasbullah (2009:38) Dalam lingkungan keluarga bisa dibilang lingkungan utama, karena mengajarkan hal-hal Pendidikan yang paling banyak diterima oleh anak. Dalam pengertian tersebut bisa dikatakan bahwa lingkungan keluarga ialah lingkungan yang utama dalam membentuk kepribadian, sikap, dan perilaku setiap individu sehingga dapat mempengaruhi interaksi ke orang-orang terdekat. Lingkungan keluarga juga merupakan salah satu faktor penting dalam perkembangan anak, termasuk saat mereka sudah bekerja.

B. Teori Motivasi Kerja

Motivasi ialah kesediaan untuk melaksanakan upaya tinggi mencapai tujuan-tujuan keorganisasian yang dikondisikan oleh kemampuan upaya untuk memenuhi kebutuhan individual tertentu, Menurut Robbins (2016;201). Ada juga menurut Sutrisno (2010:109) dalam Arief Yusuf Hamali, S.S., M.M (2018:133) adalah sebagai berikut: “Motivasi adalah suatu faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi sering kali diartikan sebagai faktor pendorong perilaku seseorang. Setiap kegiatan/aktivitas yang dilakukan oleh seorang pasti memiliki faktor pendorong dari perilaku tersebut. Motivasi kerja merupakan hal yang penting dalam dunia kerja, karena dapat mempengaruhi tingkat kinerja dan produktivitas seseorang di tempat kerja.

C. Teori Kinerja Karyawan

Kinerja adalah tampilan keadaan yang utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, dan merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya manusia. Menurut Armstrong dan Baron (2015), kinerja karyawan dapat



diartikan sebagai hasil kerja yang diperoleh oleh seorang karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya di tempat kerja. Dalam kinerja merupakan suatu skill yang bersifat individual, karena setiap karyawan memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam menyelesaikan tugasnya. Hal ini berarti kinerja suatu organisasi, dapat dilihat dari kesuksesan seseorang di dalam melaksanakan suatu pekerjaannya selama periode tertentu. Dalam Kinerja memiliki unsur luar yang dapat dibentuk dan diamati dari perilaku: Adapun, hakikat yang mendalami pada kompetensi.

D. Pengembangan Hipotesis

a. Lingkungan Keluarga dan Kinerja Karyawan

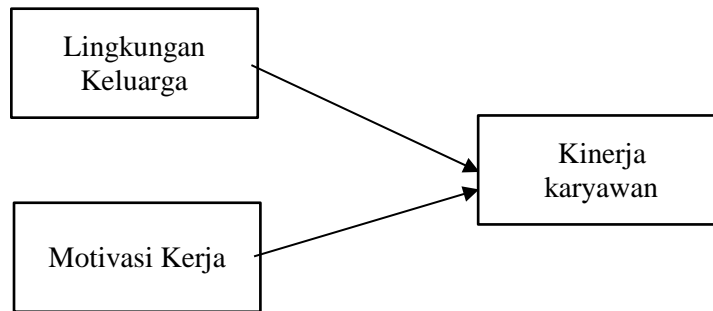
Dalam kinerja karyawan terdapat hal yang mempengaruhi kinerja karyawan salah satu dukungan dari lingkungan keluarga. Keluarga sangat berkaitan dengan kasih sayang dimana seseorang dapat mengembangkan diri dan dapat pemenuhan dirinya, serta merupakan tempat yang utama untuk sebuah keluarga untuk kebahagiaan dan harapan. Seberapa baik bermasyarakat dengan implikasinya pada bisnis dan perekonomian, tergantung pada keluarga (Guitian, 2009). Sehingga lingkungan keluarga yang mendukung akan memungkinkan karyawan akan merasa diharga dan bergairah jika berada pada keluarga yang positif. Didukung dari penelitian Christine W.S., Megawati Oktorina, Indah Mula(2010), yang mengatakan Konflik dilingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan

H1 : Lingkungan Keluarga Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan

b. Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan

Karyawan yang mempunyai motivasi kerja yang tinggi akan mempunyai kinerja yang tinggi pula. Motivasi merupakan suatu kekuatan potensial yang ada di dalam diri seorang manusia, yang dapat dikembangkan sendiri atau dikembangkan oleh sejumlah kekuatan luar yang intinya berkisar sekitar materi dan non materi. Penelitian ini hendak menguji Apakah lingkungan keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan. Dan Apakah Motivasi Kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan perusahaan CV dipalembang. Sesuai dengan penelitian Geovanno Harland Goni, Wilfried S. Manoppo dan Joula J. Rogahang yang menyatakan bahwa Motivasi Kerja berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan

H2 : Motivasi Kerja Berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang melakukan pendekatan secara kuantitatif. Penelitian ini tergolong sebagai penelitian yang bersifat asosiatif atau hubungan, yaitu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan suatu kelompok atau sekumpulan objek. Populasi merupakan objek yang umum dari sebuah penelitian (Widiyanto 2010). Populasi dalam penelitian ini yakni karyawan CV dipalembang.

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi, yang terkadang dapat mencakup seluruh populasi dan biasanya informasi dari sampel digunakan untuk menarik kesimpulan tentang populasi tersebut (Steel dan Torrie, 1980). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yakni purposive sampling dengan jumlah sampel yang akan diambil sebanyak 62 responden yang telah memenuhi kriteria. Kriteria sampel dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

- a. Responden Berada di Palembang
- b. Responden Bekerja Diperusahaan CV
- c. Responden sudah melewati Magang diperusahaan tersebut
- d. Responden minimal sudah bekerja 2 Tahun diperusahaan tersebut

C. Metode dan Sumber Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data primer, kami akan menyebarkan kuesioner secara online dengan menggunakan Google Form yang disebar kepada pengguna media sosial di Kota Palembang yang berjenis kelamin wanita atau laki-laki yang berusia 17 tahun hingga 45 tahun dan yang berkerja diPerusahaan CV. Cara penyebaran kuesioner yaitu kuesioner disebar melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp.

D. Teknik Analisis Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuesioner (angket). Penelitian ini menggunakan analisis Service Solutions (SPSS). Total pengisian kuesioner ada 66 responden, tetapi terdapat 4 jawaban yang ekstrim sehingga tinggal 62 responden. Kuesioner dalam suatu penelitian dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang terbuka namun tetap sesuai dengan topik penelitian. Kuesioner dalam penelitian ini disebarluaskan secara online. Pada penelitian ini menggunakan uji validitas(Ghozali, 2018) dan uji reliabilitas(Kuncoro, 2009), uji asumsi klasik(Ghozali, 2018), analisis regresi linier berganda(Ghozali,2018), koefisien determinasi (Supardi, 2016), dan uji hipotesis(Ghozali, 2018).

IV. HASIL PENELITIAN

A. Profil Responden

Pada penelitian ini, jenis kelamin responden terbanyak berjenis kelamin laki-laki sejumlah 47 responden dan berjenis perempuan berjumlah 15 responden. Sehingga, total responden yang terkumpul berjumlah 62 dengan presentase 25,8% yaitu 25, 8 responden berusia 17-21 tahun, 40,9% yaitu 40,9 responden berusia 22-26 tahun, 18,2% yaitu 18,2 responden berusia 27-31 tahun, dan 15,2%, yaitu 15,2 responden berusia >31 tahun.

B. Uji Validitas

Indikator	R Hitung	R Tabel	Hasil
Kinerja Karyawan(Y)			
Y.1	0,758	0,2108	Valid
Y.2	0,601	0,2108	Valid
Y.3	0,735	0,2108	Valid
Y.4	0,715	0,2108	Valid
Y.5	0,614	0,2108	Valid
Y.6	0,638	0,2108	Valid
Y.7	0,707	0,2108	Valid
Y.8	0,711	0,2108	Valid
Lingkungan Keluarga			
XI.1	0,548	0,2108	Valid
XI.2	0,662	0,2108	Valid
XI.3	0,832	0,2108	Valid
XI.4	0,596	0,2108	Valid
XI.5	0,669	0,2108	Valid
Motivasi Kerja			
XII.1	0,576	0,2108	Valid



XII.2	0,674	0,2108	Valid
XII.3	0,745	0,2108	Valid
XII.4	0,792	0,2108	Valid
XII.5	0,750	0,2108	Valid
XII.6	0,750	0,2108	Valid
XII.7	0,624	0,2108	Valid

Hasil pengujian validitas pre-test dengan 62 responden dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari seluruh r hitung $>$ r tabel yaitu 0,2108 yang membuktikan bahwa semua butir pertanyaan valid.

C. Uji Reliabilitas

Variabel	Uji Reliabilitas		Hasil
	Cronbach's Alpha	Sig	
Kinerja Karyawan	0,836	0,600	RELIABEL
Lingkungan Keluarga	0,678	0,600	RELIABEL
Motivasi kerja	0,821	0,600	RELIABEL

Hasil pengujian dilakukan menunjukkan bahwa semua pernyataan dari variabel Kinerja Karyawan, variabel Lingkungan Keluarga dan variabel Motivasi Kerja telah reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,600.

D. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	62
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.91968517
Most Extreme Differences	Absolute	0.105
	Positive	0.096
	Negative	-0.105
Test Statistic		0.105
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil pengujian menggunakan metode Kolomogrov Smimov didapatkan hasil signifikasin dari uji normalitas sebesar 0,087 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji tes normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.579	2.596		3.69	0		
	TOTAL (XI)	0.28	0.111	0.235	2.517	0.015	0.746	1.34
	Total (XII)	0.634	0.093	0.639	6.826	0	0.746	1.34

a. Dependent Variable: TOTAL (Y)

Hasil pengujian nilai tolerance semua variabel independen > 0,10 dan nilai VIF semua variabel independen < 10,00 dengan rincian nilai tolerance untuk lingkungan keluarga sebesar 0,746 dan motivasi kerja sebesar 0,746. Serta nilai VIF untuk lingkungan keluarga sebesar 1,340 dan motivasi kerja sebesar 1,340 yang nilainya kurang dari 10,00. Maka berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat permasalahan multikolonieritas dan dapat digunakan.

Uji Heteroskedastistas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF

(Constant)	4.262	1.701		2.505	0.015		
1 Lingkungan Keluarga	-0.003	0.073	-0.007	-0.044	0.965	0.746	1.34
Motivasi Kerja	-0.093	0.061	-0.223	-1.522	0.133	0.746	1.34

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Hasil pengujian nilai signifikansi lingkungan keluarga sebesar 0,965 dan nilai signifikansi motivasi kerja sebesar 0,133. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas (independen) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari probabilitas 0,05 yang menandakan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	9.579	2.596		3.69	0
1 Lingkungan Keluarga	0.28	0.111	0.235	2.517	0.015
Motivasi kerja	0.634	0.093	0.639	6.826	0

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Berdasarkan pada tabel dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Kinerja Karyawan} = 9,579 + 0,281(\text{Lingkungan Keluarga}) + 0,634(\text{Motivasi Kerja}) + e$$

Dari variabel X1(lingkungan keluarga, 0,281) dan variabel X2(motivasi kerja, 0,634) yang menyatakan bahwa adanya Pengaruh.

Nilai signifikansi pada lingkungan keluarga(X1) sebesar 0,015 dan motivasi kerja(X2) sebesar 0,000, nilai pertama < 0,05 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan.

F. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	0.615	0.602	1.952

a. Predictors: (Constant), Motivasi kerja, Lingkungan Keluarga

Hasil Pengujian nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,602. Hasil tersebut telah menunjukkan bahwa sebesar 60,2%, kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh variabel lingkungan keluarga dan motivasi kerja.

G. Alat Uji Hipotesis

**Uji T (Uji Parsial)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.579	2.596		3.690	0.000
	Lingkungan Keluarga	0.280	0.111	0.235	2.517	0.015
	Motivasi kerja	0.634	0.093	0.639	6.826	0.000

a. Dependent Variable: Kinerja Karyawan

Hasil pengujian variabel lingkungan keluarga (X1) diperoleh nilai signifikansi 0,015 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,015<0,05) dan t hitung 2,517>t table 0,2108. Dengan demikian lingkungan keluarga (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan dan variabel motivasi kerja (X1) diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05) dan t hitung 6,826>t table 0,2108. Dengan demikian



motivasi kerja (XII) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Y).

V. PEMBAHASAN

A. Lingkungan Keluarga Terhadap Kinerja Karyawan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Sig. 0,015 lebih kecil Sig. 0,05 ($0,015 < 0,05$) dan nilai B bernilai positif sebesar 0,280, maka hipotesis pertama menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan terhadap kinerja karyawan diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Arlinda Ashar&Intaglia Harsanti, memperlihatkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara work family conflict dengan quality of work life pada karyawan wanita. Peran keluarga sangat mempengaruhi dari segi Dukungan emosional dan dukungan instrument keluarga akan meningkatkan kinerja karyawan.

B. Motivasi kerja terhadap Kinerja Karyawan

Hasil Pengujian menunjukkan bahwa nilai Sig. 0,000 lebih kecil Sig. 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai B bernilai positif sebesar 0,643, maka hipotesis kedua menunjukkan bahwa Motivasi Kerja berpengaruh positif dan terhadap Kinerja Karyawan diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian Menurut Geovanno Harland Goni Wilfried S. Manoppo Joula J. Rogahang(2021), Motivasi Kerja memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan. Motivasi yang muncul dari dalam diri karyawan maka akan berusaha mengeluarkan kemampuannya untuk mendapat hasil kerja yang semaksimal mungkin untuk kemajuan Perusahaan.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Lingkungan Keluarga dan Kinerja Karyawan

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) yaitu $0,015 < 0,05$. Maka hipotesis pertama yang menyatakan “Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan CV diPalembang” diterima. Artinya Lingkungan Keluarga memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja karyawan di perusahaan CV diPalembang.

B. Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan

Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) yaitu $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis kedua yang menyatakan “Motivasi Kerja berpengaruh positif terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan CV diPalembang” diterima. Artinya Motivasi kerja memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja karyawan di perusahaan CV diPalembang.



C. Keterbatasan

Jelas Pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen saja, yaitu Lingkungan Keluarga dan Motivasi Kerja, Indikator pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih sedikit yakni hanya satu hingga, dua indikator untuk setiap dimensi masing-masing variabel, Susah mencari Jurnal yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, Terdapat data responden yang ekstrim berupa 4 jawaban sehingga menambah 4 responden lagi sehingga total responden tetap 62 dan Susahnya menemui karyawan diperusahaan CV untuk dimintai pengisian likert serta kesulitan mencari karyawan CV yang mau menjadi responden 62 orang

D. Implikasi

Perusahaan dapat memberikan pelatihan dan pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan karyawan. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan, mereka akan merasa lebih kompeten dalam menjalankan tugas-tugas mereka. Hal ini akan meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan secara keseluruhan.

Perusahaan perlu memiliki mekanisme pemantauan kinerja yang efektif, seperti melakukan evaluasi kinerja secara berkala dan memberikan umpan balik konstruktif kepada karyawan. Dengan memonitor kinerja karyawan secara teratur, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memberikan dukungan yang tepat untuk meningkatkan kinerja karyawan.

E. Saran

Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi sumber daya seperti dukungan manajerial, fleksibilitas kerja, dan kesempatan pengembangan karir, Untuk penelitian selanjutnya, penulis menganjurkan menggunakan 100 responden, Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan indikator pengukuran variabel lebih banyak lagi agar pernyataan pada masing-masing variabel lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Zainal, Nurhafizah, et al. "Work-family conflict and job performance: Moderating effect of social support among employees in malaysian service sector." *International Journal of Business and Society* 21.1 (2020): 79-95.
- Eby, L. T., Casper, W. J., Lockwood, A., Bordeaux, C., & Brinley, A. (2017). Work and family research in IO/OB: Content analysis and review of the literature (1980–2002). *Journal of vocational behavior*, 73(3), 453–465.
- Muhammadhalim22.wordpress.(2019) conservation of resources theory konsep aplikasi dan implikasi ==
- Santrock, J. W. (2016). *Life-span development* (16th ed.). New York: McGraw-Hill Education.



- Santrock, J.W. (2016). *Life-span Development* (16th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Steinberg, L. (2014). The 10 basic principles of good parenting. *American psychologist*, 69(4), 303-313.
- Dunsmuir, S., Williams, E., & Ward, D. (2017). Parenting and communication practices associated with college students' mental health and well-being: A latent profile analysis. *Journal of Child and Family Studies*, 26(11), 3129-3140.
- Nieuwenhuis, J., Hooimeijer, P., & van Ham, M. (2018). The family factor in residential mobility: A review of conceptual approaches and empirical findings. *Population, Space and Place*, 24(7), e2146.
- Evans, G. W. (2016). Childhood poverty and adult psychological well-being. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(52), 14949-14952.==
- Allen, T. D. (2019). Family Support and the Work–Family Interface: A Review and Agenda for Future Research. *Journal of Organizational Behavior*, 40(3), 332-352.
- Coyne, I., Connelly, R., & Methot, L. (2015). Maternal Employment, Work-Family Conflict, and Child Outcomes: Investigating the Influence of Perceived Partner Support in Canadian Families. *Journal of Family Issues*, 36(4), 541-562.
- Edwards, J. R., & Rothbard, N. P. (2018). Work and Family Stress and Well-being: An Integrative Model of Person–Environment Fit Within and Between Roles. In *The Cambridge Handbook of the Global Work–Family Interface* (pp. 17-41). Cambridge University Press.
- Greenhaus, J. H., & Powell, G. N. (2019). Work–Family Balance: A Review and Extension of the Literature. In *The Cambridge Handbook of the Global Work–Family Interface* (pp. 42-67). Cambridge University Press.
- Özbilgin, M. F., Beaugard, T. A., Tatli, A., & Bell, M. P. (2017). Work–Family Configurations and Career Outcomes: A Synthesis of the Literature. In *The Oxford Handbook of Work and Family* (pp. 177-192). Oxford University Press.
- Chen, L., Li, J., Zhang, J., & Wu, J. (2016). Parenting styles and chronic psychological distress: A longitudinal study of Chinese adolescents. *Psychology, Health & Medicine*, 21(2), 209-217. doi: 10.1080/13548506.2015.1033214.
- Allen, T. D. (2019). Family supportive work environments: The role of organizational perceptions. *Journal of Vocational Behavior*, 114, 269-280.
- Grotevant, H. D., & Carlson, C. I. (2019). Family systems theory. In *Handbook of family theories: A content-based approach* (pp. 73-94). Routledge.
- Hadiwijaya, H. (2018). The Influence of Parenting Styles and Emotional Intelligence on Students' Learning Achievement. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 4(2), 187-198.
- Jee, S. H., & Lee, Y. (2019). How family communication patterns relate to conflict resolution styles: A study of Korean young adults. *Communication Research Reports*, 36(2), 160-170.



- Kim, S. Y., Wang, Y., Orozco-Lapray, D., Shen, Y., & Murtuza, M. (2019). Parenting profiles and adolescent adjustment: A longitudinal study of Mexican-origin youth. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(6), 1137-1153.
- Soenens, B., Vansteenkiste, M., Lens, W., Luyckx, K., Goossens, L., Beyers, W., ... & Ryan, R. M. (2018). Conceptualizing parental autonomy support: Adolescent perceptions of promotion of independence versus promotion of volitional functioning. *Developmental psychology*, 54(6), 1210.
- Wu, L., Zhang, Y., Sun, Y., & Sun, J. (2015). A study on the relationship between parenting styles, learning motivation and learning outcome. *Education Sciences*, 5(1), 1-6.
- Brummelhuis, L. L., & Bakker, A. B. (2015). A resource perspective on the work-home interface: The work-home resources model. *American Psychologist*, 70(4), 335-346.
- Kim, E., & Kang, M. (2017). Work-family conflict and job satisfaction: Emotional intelligence as a moderator. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 45(6), 1007-1018.
- Shockley, K. M., Shen, W., DeNunzio, M. M., Arvan, M. L., & Knudsen, E. A. (2017). Disentangling the relationships among working parents' job stressors, affective rumination, and somatic complaints: Implications for burnout and sleep. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22(1), 32-46.
- Wimer, C., Bouffard, S. M., Caronongan, P., Dearing, E., Simpkins, S. D., Little, P. M. D., & Weiss, H. B. (2016). What are kids getting into these days? Demographic differences in youth out-of-school time participation. *Journal of Youth Development*, 11(4), 135-157.
- Allen, T. D. (2019). Family Support and the Work-Family Interface: A Review and Agenda for Future Research. *Journal of Occupational Health Psychology*, 24(2), 127-138. doi: 10.1037/ocp0000132
- Gao, X., Greenberg, E. R., & Wong-On-Wing, B. (2015). The Mediating Role of Expectation-Related Goals in the Relationships between Parental Expectations and Adolescent Academic Achievement. *Journal of Youth and Adolescence*, 44(7), 1334-1345. doi: 10.1007/s10964-015-0284-y
- Kim, J., & Garman, E. T. (2017). The Relationship between Parental Financial Support and the Financial Satisfaction of Emerging Adults: A Mediating Role of Financial Behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 28(2), 286-301.
- Lee, S. M., & Yoon, H. J. (2020). Parental Expectations and Academic Performance among Korean Adolescents: The Mediating Role of Academic Engagement. *Journal of Youth and Adolescence*, 49(10), 2001-2012. doi: 10.1007/s10964-020-01229-1
- Darling, N., & Steinberg, L. (2015). Parenting style as context: An integrative model. *Psychological Bulletin*, 141(6), 1228-1245.



- Chen, X., Wang, L., & Chang, L. (2016). Parenting practices and adolescent adjustment in China: A contextual and developmental analysis. *Child Development Perspectives*, 10(1), 50-55.
- Oliva, A., Parra, Á., Sánchez-Queija, I., López, F., & Hillman, S. B. (2015). Parenting styles and conceptions of parental authority during adolescence. *Journal of Adolescence*, 45, 195-205.
- Spera, C. (2015). A review of the relationship among parenting practices, parenting styles, and adolescent school achievement. *Educational Psychology Review*, 27(2), 351-377.
- Wang, M. T., & Kenny, S. (2015). Parental autonomy support and student learning: A meta-analysis. *Education Psychology Review*, 27(4), 605-634.
- Yau, J. P., & Smetana, J. G. (2015). Cultural and contextual differences in adolescents' and parents' evaluations of parental authority and autonomy granting in China, the Philippines, and the United States. *Child Development*, 86(5), 1539-1556.
- Goni, Geovanno Harland, Wilfried S. Manoppo, and Joula J. Rogahang. "Pengaruh motivasi kerja terhadap peningkatan kinerja karyawan pada pt. bank rakyat indonesia cabang tahuna." *Productivity 2.4* (2021): 330-335.
- Christine, W. S., Megawati Oktorina, and Indah Mula. "Pengaruh konflik pekerjaan dan konflik keluarga terhadap kinerja dengan konflik pekerjaan keluarga sebagai intervening variabel (studi pada dual career couple di Jabodetabek)." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 12.2 (2010): 121-132.



PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BODY LOTION SCARLETT DISHOPEE

Wayan Windriani
(wayanwindri841@gmail.com)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,
Negara Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett di shopee.. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang menjelaskan hubungan antara dua variabel dengan sampel berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu Teknik kuesioner. Teknik pengolahan data menggunakan bantuan program aplikasi IBM SPSS versi 26.0 sehingga mendapatkan hasil pengujian dari uji instrument, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinan dan uji signifikan (Uji t dan Uji f). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi dan Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi sebesar 68,3% sedangkan sisanya 31,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan hasil uji t (parsial) dan hasil uji f (simultan) menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh yang signifikan secara parsial maupun simultan antara variabel kualitas produk dan persepsi nilai terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Promosi, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian*

Abstract

This study aims to find out and analyze how much influence promotion and product quality have on purchasing decisions for scarlett body lotion at shopee. This research uses quantitative research which explains the relationship between two variables with a sample of 100 respondents. The data collection technique used is the questionnaire technique. The data processing technique uses the help of the IBM SPSS version 26.0 application program so as to obtain test results from instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, determinant coefficient tests and significant tests (t test and f test). The results of the study show that promotion and product quality have a positive influence on purchasing decisions. Based on the test results, the coefficient of determination was 68.3%, while the remaining 31.7% was influenced by other variables not included in this research model. Based on the results of the t test (partial) and the results of the f test (simultaneous) indicate that there is a significant influence partially or simultaneously between product quality variables and perceived value on purchasing decisions.

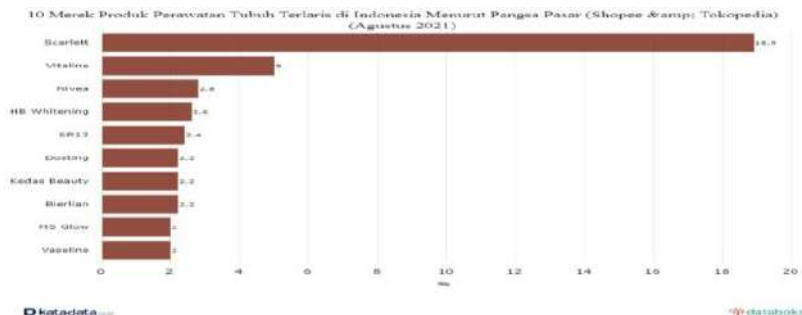
Keywords: *Promotion, Product Quality, Purchase Decision*

I. PENDAHULUAN

Keberadaan E-commerce dianggap sangat membantu dalam hal berbelanja dimana kita dapat memilih dan membeli dengan aplikasi, E-commerce yang sering dikunjungi salah satunya adalah Aplikasi Shopee. Dalam hal ini akan berfokus pada produk perawatan kecantikan atau skincare. Peningkatan permintaan skincare oleh para wanita menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan perluasan pasar industri kecantikan saat ini. Kesadaran untuk menjaga penampilan dan kesehatan kulit ini dipengaruhi oleh trend para beauty blogger yang mempromosikannya di media sosial.

Skincare Scarlett Whitening adalah merek local Indonesia yang didirikan

pada tahun 2017 oleh selebriti Indonesia bernama Felicya Angelista. Produk Scarlett Whitening ini terdaftar BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan). Scarlett Whitening ini berfokus pada kulit tubuh dan wajah yang aman digunakan sehari-hari.



Gambar 1 : 10 Merek produk kecantikan terlaris di Indonesia

Sumber : Data Boks

Dilihat dari Data diatas bahwa Scarlet whitening merupakan produk perawatan tubuh saat ini yang mampu meraih posisi pertama dari 10 brand di E-commerce pada tahun 2021. Promosi dan Kualitas Produk menjadi factor yang bisa mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli suatu produk. Shopee menawarkan berbagai macam produk mulai dari produk fashion, kecantikan sampai dengan produk untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Hal ini membantu manusia lebih praktis dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya, salah satunya adalah kebutuhan akan produk perawatan kecantikan yang sangat dibutuhkan oleh para perempuan.



Gambar 2. 5 E-Commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia

Sumber : Data Boks

Tahun 2020 mengungkapkan industri kecantikan mengalami peningkatan sebesar 5,59 % hingga sepanjang tahun 2021 juga diproyeksikan naik sebesar 7 persen. Hasil Survei Kompas Agustus tahun 2021 menyatakan beberapa merek yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Scarlett produk yang rilis tahun 2018 dapat menguasai pasar yang mencapai 18,9 % dengan promosi dan kualitas produk yang diberikan sangat terbilang bagus dan banyak penggunaannya. Sangat jauh dibandingkan dengan merek produk lainnya seperti Vitaline sebesar 5 %,

Nivea sebesar 2,8 % bahkan mengalahkan MS Glow yang kini makin populer.

Fenomena diatas didukung juga oleh strategi promosi yang dilakukan Scarlett Whitening untuk lebih mengenalkan produknya di kalangan konsumen. Upaya yang dilakukan yaitu dengan menggunakan berbagai platform untuk dapat menembus media yang beragam atau dengan kata lain periklanan produk berbagai media. Dalam banyak kasus program promosi terutama periklanan selalu menghabiskan anggaran dana yang cukup besar. Namun hal tersebut tidak menjadi masalah bagi Scarlett Whitening karena untuk membangun merek hal tersebut harus dilakukan oleh pemasar agar dapat mempertahankan para pelanggannya.

Dalam dunia bisnis sekarang, Kualitas dari produk merupakan salah satu daya tarik penawaran pasar yang dipandang penting dalam melakukan pembelian dan merupakan faktor penentu dari kepuasan konsumen, jika konsumen merasa puas dengan kualitas dari produk itu sendiri maka konsumen akan membeli kembali produk tersebut. Kualitas produk juga dapat menarik minat tersendiri dikalangan konsumen. Misalnya dalam Scarlett Whitening yang menjaga kualitas produknya melalui kemasan yang dapat melindungi produk mulai dari rantai distribusi hingga ke konsumen.

Berdasarkan researchgap (Manajemen et al., 2022) terhadap penelitian terdahulu, ditemukan adanya perbedaan hasil penelitian dengan variabel yang sama. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Erika Yulistiera (2021) menyimpulkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan Mayani Kurnianty Muchlisin (2021) menyimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu yang dilakukan (Kuspriyono 2017) promosi online berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan menurut (Pitria Febriana 2020) promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini hendak menguji apakah ada pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett dishopee

II. TELAAH LITERATUR

A. Promosi

Menurut Lupiyoadi (2013), mengatakan bahwasanya promosi ialah suatu bauran pemasaran yang wajib dipakai industri dalam melakukan pemasaran produk maupun pelayanan (Ilmiah et al., 2023). Komunikasi informasi penjual diantara pembeli, yang membujuk dan membeli untuk menarik konsumen ke produk produsen, merupakan dasar untuk promosi, suatu kegiatan bauran pemasaran. Pengertian promosi diatas menyatakan bahwa promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang diawali dengan pertukaran informasi penjual antara pembeli yang membujuk dan membeli untuk menarik konsumen terhadap produk produsen. Menurut Musid (2013) Ada 4 indikator promosi yaitu, Advertising, Sales Promotion, Public

Relation and Publicity, Personal Selling (., 2018)

B. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:230) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan, kualitas memiliki beberapa dimensi pokok, bergantung pada konteksnya. (Cahya et al., 2021)

Menurut Menurut Tjiptono (2008), memiliki beberapa karakteristik Promosi Periklanan Kualitas Produk sebagai berikut : Performance, Durability, Conformance to specifications, Features, Reliability, Aesthetics, Perceived quality , Serviceability (Istoto, 2018)

C. Keputusan Pembelian

Menurut (Bafadhal samira Aniesa, 2020) pengertian keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli dan bagaimana cara melakukan pembelian yang akan dilakukan. (Issn, 2022) . Menurut (Joshua & Padmalia, 2016): memiliki beberapa karakteristik Keputusan Pembelian sebagai berikut : Adanya sebuah kematapan produk, Terdapat kebiasaan membeli, Rekomendasi dari orang lain, Adanya pembelian ulang (Agustiani et al., 2021)

D. Penelitian Terdahulu

Nama Penelitian	Jenis Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Menurut Wicaksana dan Baldah (2021), (Kepercayaan et al., 2021)	Pengaruh kepercayaan, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti	Metode analisis regresi linear berganda	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi promosi sebesar $b_3 = 0,380$, maka promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah positif.

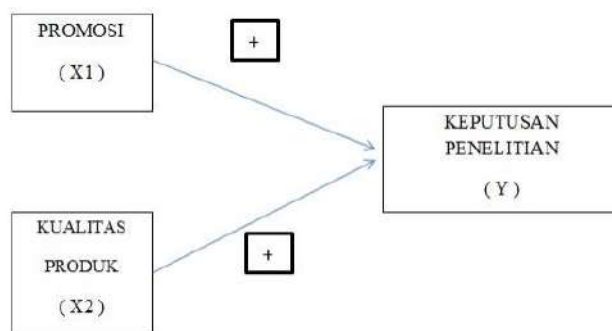
Menurut (Geofansa et al., 2023)	Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian pada pelanggan PT. Biosafe Medan	Menggunakan metode analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian dimana positif ditunjukkan dengan nilai 0,516 dan signifikan ditunjukkan dengan $0,000 < 0,05$. Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana positif ditunjukkan dengan nilai 0,392 dan signifikan ditunjukkan dengan $0,000 < 0,05$. Promosi dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada pelanggan, dimana positif ditunjukkan dengan nilai 2,711, signifikan ditunjukkan dengan $0,000 < 0,05$.
---------------------------------	--	--	---

Menurut Sugianto dan Ginting (2020) (Promosi et al., 2020)	Analisis pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, fasilitas, dan promosi terhadap	Menggunakan metode analisis regresi linear berganda.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa t hitung $2,218 > t$ tabel 1,991 dan nilai signifikansi sebesar
--	---	--	---

keputusan pembelian rumah pada perumahan Medan Resort City,	0,037 < a = 0,05, hasil penelitian bahwa promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
---	---

E. Kerangka Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran antara Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Sebagai Berikut :



Gambar 3. Model Penelitian

F. Pengembangan Hipotesis

Hadibrata et al. (2017) promosi didefinisikan sebagai bentuk komunikasi pemasaran, merupakan suatu kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi/membujuk konsumen dalam memilih produknya untuk menjadi bersedia menerima, membeli, dan loyal terhadap produk ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi adalah kegiatan komunikasi antara pembeli dan penjual mengenai keberadaan produk atau jasa untuk meyakinkan dan menyempurnakan kembali produk atau jasa tersebut sehingga dapat memengaruhi sikap dan perilaku yang mendorong adanya kegiatan komunikasi dan pemasaran. (Ernawati et al., 2021)

Menurut (Sinulingga, 2021) kualitas produk adalah sebuah adanya elemen usaha yang dapat kita perlu perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, namun ada khususnya bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk kita yang ingin kita pasarkan. Berdasarkan beberapa pengertian yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu totalitas yang

memiliki karakteristik dari produk atau jasa yang dapat menunjukkan sebuah ukuran yang melihat seberapa tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan serta berapa lama kepercayaan itu dapat bertahan. (Harga et al., 2006)

H1 : Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

H2: Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan Pembelian

III. METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Konsumen yang menggunakan Produk Scarlett whitening di Shopee. Sampel adalah sebagian dari anggota populasi yang diambil menurut prodesur tertnetu. Sample yang diambil dengan acak-acakan tentu saja tidak mampu mempresentasikan populasi yang dimaksud. Penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probability sampling.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti, Teknik yang digunakan adalah Teknik survey yang dibantu dengan kuisisioner. Sugiyono (2010) menyatakan metode survey digunakan untuk mendapat data dari tempat tertentu secara alamiah,tetapi penelitimenggunakan perlakuan dalam pengumpulan data melalui kuisisioner.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala rating dengan variabel independen yaitu Promosi yang disimbolkan dengan (X1) Kualitas Produk yang disimbolkan dengan (X2) dan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian yang disimbolkan dengan (Y).

IV. HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan program SPSS. Program SPSS merupakan sebuah Software yang digunakan untuk mengelolah data. Software ini digunakan oleh banyaknya peneliti demi kepentingan untuk melakukan analisis data. Analisis data di dalam penelitian ini yaitu Melakukan analisis promosi dan kualitas produk terhadap kepuutusan pembelian body lotion di shopee dan berdasarkan data responden sebanyak 100 responden yang telah menjawab kuisisioner yang telah di sebar. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji Signifikansi Parameter Individual dan uji kelayakan model yang dapat diuraikan sebagai berikut

A. Uji Validitas

Berdasarkan tabel 1 uji validitas maka dapat diketahui hasil dari setiap pertanyaan dari variabel 1 P (*Promosi*) dengan 4 butir pertanyaan, variabel 2 K (Kualitas Produk) dengan 6 butir pertanyaan, dan variabel 3 KP (Keputusan Pembelian) dengan 4 butir pertanyaan memiliki kriteria valid dimana R

hitung memiliki nilai lebih besar dari pada R table yaitu 0,1966.

Indikator	r hitung	r table	keterangan
<i>Promosi Iklan (X1)</i>			
P1	0.788	0.1966	VALID
P2	0.831	0.1966	VALID
P3	0.761	0.1966	VALID
P5	0.774	0.1966	VALID
<i>Keputusan Pembelian (X2)</i>			
K1	0.815	0.1966	VALID
K2	0.788	0,1966	VALID
K3	0.823	0,1966	VALID
K4	0.821	0,1966	VALID
K5	0.847	0.1966	VALID
K6	0.750	0.1966	VALID
<i>Keputusan Pembelian (Y)</i>			
KP1	0.059	0.1966	VALID
KP2	0.812	0,1966	VALID
KP3	0.826	0,1966	VALID
KP4	0.814	0,1966	VALID

Tabel 1. Hasil Uji Validitas
Sumber: output SPSS 26.0 yang diolah

B. Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 2 hasil uji reliabilitas setiap variabel di atas, ketiga variabel ini memiliki nilai cronbach's alpha > 0,70. Jadi dapat disimpulkan seluruh pertanyaan atas tiga variabel diatas dinyatakan reliabel.

Variabel	Cronbach's Alpa Hitung	Cronbach's Alpa Standard	Keterangan
<i>Promosi Iklan (X1)</i>	0,893	0.6	Reliabel
<i>Kualitas Produk (X2)</i>	0,794	0,6	Reliabel
<i>Keputusan Pembelian (Y)</i>	0,847	0,6	Reliabel

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas
Sumber: output SPSS 26.0 yang diolah

C. Uji Normalitas

Berdasarkan tabel 3 uji normalitas di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa pengujian normalitas Kolmogrov Smirnov Test telah memenuhi syarat bahwa data terdistribusi secara normal dengan nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,001$ yang artinya data terdistribusi secara normal dan layak dilakukan penelitian lebih lanjut.

Unstandardized Residual	Keterangan
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
Sumber : output SPSS 26.0 yang diolah

D. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4 uji multikolinearitas, diketahui bahwa nilai VIF variable promosi (X1) dan Variabel Kualitas Produk (X2) adalah $2,127 < 10$ dan nilai Tolerance value sebesar $0,470 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi Multikolinieritas.

Variabel	Tolerance	VIF	keterangan
Promosi Iklan (X1)	0,470	2.127	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk (X2)	0,470	2,127	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas
Sumber : output SPSS 26.0 yang diolah

E. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 5 hasil uji heteroskedastisitas, Jika nilai signifikansi (Sig) antara variable independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas,

Variabel	Sig	Keterangan
Promosi Iklan (X1)	0,069	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Produk (X2)	0,083	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : output SPSS 26.0 yang diolah

F. Uji Analisis Linear Berganda

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1, x_1 + b_2, x_2$$

$$= 0,807 + 0,159 + 0,521$$

- a. B1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,159, menunjukkan bahwa variable promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 (satuan) variable promosi maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,159

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.807	1.223		.659	.511
P	.159	.094	.141	1.696	.093
K	.521	.060	.718	8.609	.000

- b. B2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,521, menunjukkan bahwa variable kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 (satuan) variabel kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,521

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Linear Berganda
Sumber : output SPSS 26.0 yang diolah

G. Uji T

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil dari dua uji yaitu bahwa hasil uji T didasarkan dengan nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dan jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Lalu hasil Uji T menunjukkan:

- a. Uji Hipotesis 1

H_1 = ada pengaruh *Promosi Iklan* terhadap Keputusan Pembelian
Menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh promosi Iklan (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,788 >$ nilai t tabel $1,985$ maka: H_0 1 ditolak dan H_0 1 diterima. artinya terdapat pengaruh Promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara signifikan

- b. Uji Hipotesis 2

H_2 = ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
Menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $14,220 >$ $1,985$, maka H_0 1 ditolak dan H_0 2 diterima. Artinya terdapat

pengaruh Kualitas produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara signifikansi.

Variabel	Beta	t	Sig
Promosi Iklan (X1)	0,664	8,788	0,000
Kualitas Produk (X2)	0,821	14,220	0,000

Tabel 9. Hasil Uji T
Sumber : output SPSS 26.0 yang diolah

V. PEMBAHASAN

Hasil pengujian secara umum menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $8,788 >$ nilai t tabel $1,985$ maka: H_0 1 ditolak dan H_0 1 diterima. artinya terdapat pengaruh Promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) secara signifikan.

Sedangkan dari variabel Kualitas Produk ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $14,220 > 1,985$, maka H_0 1 ditolak dan H_0 2 diterima. Artinya terdapat pengaruh Kualitas produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara signifikansi

Sehingga dari kedua variable ini memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett whitening di shopee.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: Promosi dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian body lotion scarlett whitening di shopee. Apabila promosi dan kualitas produk yang dilakukan perusahaan meningkat maka akan meningkatkan pembelian pada body lotion scarlett whitening. Agar tingkat pembelian pada produk scarlett whitening tetap baik, maka hendaknya variabel promosi dan kualitas produk harus diperhatikan dan ditingkatkan oleh pihak perusahaan, indikator-indikator yang ada dalam promosi dan kualitas produk harus dipahami dan dijalankan oleh perusahaan.

Terdapat keterbatasan dalam pengerjaan penelitian ini yaitu Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel, yaitu Promosi dan Kualitas Produk, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Body Lotion Scarlett Whitening

di Shopee. Adanya keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh sampel tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya

Berdasarkan uraian simpulan dan keterbatasan di atas, maka peneliti memberikan saran kepada peneliti lain Untuk Scarlett Whitening diharapkan meningkatkan promosi dan bisa menyesuaikan dengan kualitas produk. Untuk meningkatkan minat beli konsumen Scarlett Whitening.

DAFTAR PUSTAKA

- . A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Paâ€™™Mur Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 3(2). <https://doi.org/10.36805/manajemen.v3i2.253>
- Agustiani, V., Adi Jaya, U., Sukabumi, K., & Barat, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee.co.id. *WINTER JOURNAL*, 2(1).
- Cahya, A. D., Rahmawati, A. W., & Ningsih, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.11055>
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi , Harga , dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. 4(2), 200–218.
- Geofansa, I. N., Syahrial, H., & Isnaniah, I. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada pelanggan PT. Biosafe Medan. *Economics, Business and Management Science Journal*, 3(1), 20–31. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v3i1.340>
- Harga, P., Produk, K., & Merek, D. A. N. C. (2006). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap minat beli iphone di solo raya. 318–329.
- Ilmiah, J., Islam, E., Ilmiah, J., & Islam, E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Pengetahuan Serta Tinjauan dari Perspektif Ekonomi Islam (Survei pada Konsumen Perumahan Surya Akbar Tanjung Barangan Kota Palembang). 9(01), 254–267.
- Issn, P. (2022). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* , Vol . 11 No . 1 Juli 2022 E - ISSN : 2654-5837 , Hal 542 – 550. 11(1).
- Istoto, S. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH MELON PT . SYAFINA NIAGA. 6(2).
- Kepercayaan, P., Promosi, D., Keputusan, T., Rumah, P., Mitra, P. T., & Properti, I. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Bersubsidi di PT. Mitra Indah Properti. 15(01), 17–24.
- Manajemen, S., Pembelian, K., Scarlett, P., & Shopee, D. I. (2022). Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 ANALISIS KUALITAS PRODUK , PROMOSI ONLINE DAN TESTIMONIAL TERHADAP. 169–177.
- Promosi, F. D. A. N., Sugianto, R., & Ginting, S. O. (2020). TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH. 10(April), 1–12.



PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP MINAT BELI SUSU BEAR BRAND

Marco Brillian
(marcobrillian1902@gmail.com)

Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan asosiasi merek terhadap minat beli susu Bear Brand. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana sampel yang digunakan adalah sebanyak 173 responden konsumen susu Bear Brand. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Hasil pengujian hipotesis dengan uji t menjelaskan bahwa secara parsial kesadaran merek, persepsi kualitas, dan asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Kesadaran Merek; Persepsi Kualitas; Asosiasi Merek; Minat Beli.*

Abstract

This study aims to determine the effect of brand awareness, perceived quality, and brand associations on purchase intention of Bear Brand milk. This study used a quantitative approach where the sample used was 173 respondents who were consumers of Bear Brand milk. The sampling method used is non-probability sampling with purposive sampling technique. The results of testing the hypothesis with the t test explained that partially brand awareness, perceived quality, and brand associations had a positive and significant effect on purchase intention.

Keyword: *Brand Awareness; Perceived Quality; Brand Association; Purchase Intention.*

I. PENDAHULUAN

Pada masa kini, sudah banyak perubahan yang terjadi dalam segala bidang dimana perubahan tersebut menuntut untuk harus bisa beradaptasi dan terbiasadengan segala perubahan yang ada baik itu perubahan dalam bidang ekonomi, politik, kebudayaan, dan pola hidup. Salah satu perubahan yang paling menonjol dalam kehidupan sehari – hari adalah perubahan dalam hal pola hidup yang lebih sehat. Alhasil, bisnis yang memproduksi obat-obatan, suplemen, dan barang-barang kesehatan lainnya bermunculan. Hal ini terjadi karena masyarakat masih mengkhawatirkan kesehatannya, terutama kesehatan jangka panjang. Maraknya produk kesehatan ini disambut baik oleh masyarakat Indonesia karena masyarakat membutuhkan produk yang dapat mencegah berbagai penyakit dan menjaga kekebalan tubuhnya. Sehingga, kesehatan masyarakat menjadi perhatian khusus terutama sejak pandemi Covid-19 yang menyebabkan masyarakat rentan terjangkit virus corona ataupun terkena penyakit lainnya karena imunitas tubuh yang melemah. Hal ini membuat masyarakat menjadi lebih menyadari pentingnya kesehatan. Konsumsi susu segar adalah salah satu cara untuk menjaga tubuh tetap bugar. Dairy Development Program (DDP) Project FDOV Manager Akhmad Sawaldi mengatakan, kebutuhan susu segar di



Indonesia terus meningkat selama pandemic Covid-19 (economy.okezone.com). Hal ini menyebabkan permintaan akan susu segar meningkat pesat. Susu merupakan minuman yang dapat mendukung kesehatan dan dibutuhkan tubuh sebagai sumber energi karena nutrisinya kaya akan kalsium dan mengandung zat-zat makanan yang lengkap dan seimbang seperti protein, lemak, mineral, karbohidrat, dan juga vitamin (unand.ac.id). Tidak heran jika susu memiliki banyak manfaat seperti menjaga tulang tetap kuat, meningkatkan kekebalan tubuh (meningkatkan imunitas tubuh), dan juga membantu menteralkan racun dalam tubuh. Melalui teknologi fregmentasi dan proses sterilisasi, produk susu cukup aman dan sehat untuk dikonsumsi. Selain baik untuk kesehatan tubuh, pada era ini, susu menjadi salah satu minuman yang semakin banyak dinikmati oleh masyarakat Indonesia, misalnya susu menjadi salah satu jajanan minuman anak, susu juga menjadi bahan baku yang biasa digunakan di Kedai Kopi untuk membuat kopi susu, ataupun minuman yang dicampur dengan teh atau minuman boba pada masa kini, khususnya susu cair yang telah dikemas di dalam kotak ataupun kaleng susu, sehingga banyak bermunculan merek merek susu cair baru.

Susu Bear Brand merupakan salah satu susu cair yang sudah melalui proses sterilisasi dengan baik sehingga memiliki banyak manfaat dalam kandungannya. Selain itu Susu Bear Brand sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia sebagai merek minuman susu steril yang terkenal yang diproduksi oleh Perusahaan Nestle. Sejak pandemi virus corona (covid-19), nama produk Susu Bear Brand semakin terkenal di Indonesia pada saat masyarakat Indonesia mengalami *panic buying* untuk membeli produk susu Bear Brand ini, yang menyebabkan kenaikan harga yang sangat signifikan. Viralnya masyarakat pada saat itu yang berebut membeli susu beruang Bear Brand sehingga harga jual menjadi Rp 15.000,00 sampai Rp 18.000,00 per kaleng dari harga normal dibawah Rp 10.000,00 per kaleng (money.kompas.com). Tidak heran jika fenomena ini pernah terjadi karena susu steril Bear Brand berkhasiat baik untuk Kesehatan tubuh sehingga produk susu Bear Brand ini telah memiliki Merek yang sangat kuat dan terkenal di kalangan masyarakat Indonesia.

Nestlé memiliki minuman susu steril Bear Brand yang diperkenalkan pada tahun 1906. Mayoritas negara Swiss, Afrika Timur, dan Asia Tenggara, termasuk Indonesia, memiliki akses ke susu ini. Bear Brand dijual dengan nama Marca Oso, yang berarti "beruang" dalam bahasa Spanyol. Nama merek di Indonesia biasanya dikenal dengan Susu Cap Beruang. Pada tahun 1930-an, susu ini diperkenalkan ke Indonesia. Menilik sejarah, pada tahun 1906, logo susu Bear Brand menggambarkan seekor beruang sedang menyusui bayi beruang. Namun, pada tahun 1967, botol tersebut dikeluarkan dari logonya. Pada tahun 2009, logo beruang susu diganti dengan yang lain. Logo beruang dewasa yang menggendong bayi diganti dengan logo beruang dewasa yang sedang minum susu. Hal ini disebabkan miskonsepsi bahwa Bear Brand Sweetened Creamer adalah pengganti ASI untuk balita di bawah 36 bulan di Laos (wartaekonomi.co.id) yang nyatanya



susucap beruang ini dapat dikonsumsi dan baik untuk Kesehatan oleh semua usia dari anak-anak hingga lansia. Adapun arti atau makna dari Logo Beruang pada Susu Bear Brand ini yaitu karena beruang adalah hewan terkenal yang bisa hibernasi selama musim dingin. Sebelum melakukan masa hibernasi, seekor beruang harus memasok energi selama musim dingin dengan cara makan yang banyak. Lalu beruang melakukan hibernasi dan mampu mengubah lemak menjadi energi, sehingga beruang menjadi mascot susu kaleng tersebut. Merek Bear Brand tidak hanya mengacu pada nilai seni tetapi juga menggunakan ilmu simbol dalam pemilihan dan penetapan maskotnya (portaljember.pikiran-rakyat.com). Sehingga susu ini secara tidak langsung ingin menjelaskan kepada konsumennya melalui maskotnya yaitu beruang, bahwa susu ini tidak seperti susu sapi pada umumnya yang tidak hanya mengandung lemak, tetapi susu cap beruang ini merupakan susu yang mampu memberikan energi bagi tubuh.

Tidak hanya logonya yang menarik dan memiliki perjalanan sejarah logo, dalam membangun Mereknya supaya lebih dikenal dan diingat oleh konsumennya, Bear Brand juga menampilkan pemberitahuan yang menonjol bagi orang pada umumnya, seperti promosi. Meskipun susu dengan cap beruang adalah susu sapi cair siap minum, produk tersebut mengiklankan dirinya dengan maskot naga dan nama merek serta logo beruang. Alhasil, produk susu kaleng semakin populer berkat brand recognition yang berhasil membekas di benak masyarakat. Adapun juga makna yang menarik dari iklan Naga pada susu cap Beruang ini yaitu Naga sebagai simbol yang merupakan sumber dari kemurniandan keseimbangan. (portaljember.pikiran-rakyat.com). Produk Susu Bear Brand ini kembali menyampaikan informasi dan pesannya kepada konsumennya bahwa susu Bear Brand dapat membantu menjaga keseimbangan tubuh dan menstabilkan tubuh saat sakit dengan membantu menetralkan racun-racun dalam tubuh dengan kandungannya yakni kalori, lemak, protein, karbohidrat, sodium, kalsium, magnesium, dan fosfor.

Susu Bear Brand sudah ada sejak tahun 1906, susu ini sudah diproduksi kurang lebih 116 tahun, sehingga susu steril ini semakin meyakinkan bahwa kualitasnya baik untuk dikonsumsi. Selain itu meskipun banyak perubahan pada logonya dari tahun ke tahun, susu Bear Brand tidak pernah berhenti produksi produknya (tutup pabrik atau mengalami kebangkrutan) karena peminat susu ini tidak pernah abis dari tahun ke tahun. Tidak heran jika pada tahun 2014, Sebuah perusahaan yang melakukan riset konsumen menempatkan susu Bear Brand sebagai No. 6 dari 50 “barang konsumen yang bergerak cepat paling populer” di Filipina (lifestyle.bisnis.com). Sedangkan di Indonesia Susu Bear Brand Bersama Ultramilk, Indomilk, Frisian Flag, dan Milo, kelima produk ini menempati posisi lima besar di antara semua merek susu cair di Indonesia dari tahun 2012 hingga 2015 (media.neliti.com). Dari hal tersebut, dapat dilihat bahwa suatu bisnis atau produk harus memiliki identitas yang kuat untuk mampu bersaing, meskipun Bear Brand bukan merupakan produk susu asli lokal di Indonesia, namun Bear Brand

mampu bersaing dengan produk-produk susu lokal di Indonesia seperti susu Indomilk. Ketika suatu merek sudah dikenal oleh masyarakat luas, maka keberadaan merek lebih mudah untuk mendapatkan pengakuan dan kepercayaan dari target pasar atau konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut apakah identitas Susu Bear Brand sudah dibangun dan tertanam dengan kuat dalam benak masyarakat Indonesia.

Minat konsumen dalam melakukan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain asosiasi merek, persepsi kualitas, dan kesadaran merek untuk membeli suatu produk maupun membayar suatu layanan. Adapun pengertian Kesadaran merek Menurut Sampurno, *et al.*, (2019), kesadaran merek merupakan kemampuan konsumen untuk mengingat atau mengenali label sebagai tanda atau ciri khas suatu produk. Misalnya Konsumen mudah mengenali label Nike yaitu Tanda Ceklis.

Sedangkan menurut Mardalena *et al.*, (2018), tinggi rendahnya kesadaran merek tergantung pada kemampuan konsumen untuk mengingat atau mengenali merek dalam suatu kategori produk. Misalnya ketika seorang konsumen memikirkan merek pasta gigi, produk yang pertama muncul di benak yaitu Pepsodent karena merek tersebut adalah merek yang memiliki kesadaran merek tertinggi di masyarakat ataupun dalam benak konsumen tersebut. Dalam penelitian Mardalena *et al.*, (2018), menemukan bahwa kesadaran merek memiliki pengaruh positif terhadap minat pembelian.

Faktor yang kedua adalah persepsi kualitas yang mempengaruhi minat beli. Menurut Widiarto (2021), persepsi kualitas didefinisikan sebagai pandangan atau perasaan yang mewakili perasaan konsumen terhadap produk tertentu. Sehingga persepsi kualitas memungkinkan menaikkan rasa minat beli di dalam diri seseorang individu. Sedangkan menurut Putri dan Utama (2021), Persepsi Kualitas adalah Konsumen yang memiliki penilaian terhadap persepsi kualitas yang baik, tertuju untuk menggunakan suatu merek tertentu. Misalnya Konsumen yang sudah nyaman terhadap suatu produk tertentu maka konsumen tersebut akan menanamkan produk tersebut sebagai pilihan utama dibanding produk yang lainnya. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri dan Utama (2021) Persepsi Kualitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Faktor yang ketiga yaitu asosiasi merek yang mempengaruhi minat beli. Menurut Kotler dan Keller (2012:482) dalam F. T. Rafikasari (2020), Asosiasi Merek terdiri dari semua pertimbangan terkait merek, sentimen, penegasan, gambar, pertemuan, keyakinan, perspektif, dan sebagainya yang selanjutnya dikaitkan dengan simpul merek. Misalnya Brand Apple, pelanggan biasanya mengaitkannya dengan elektronik, iPhone untuk keluaran smartphonenya, Macbook untuk keluaran laptopnya, kemewahan, terlalu mahal, dan juga Steve Jobs yang merupakan pendirinya. Dalam penelitian Latipah *et al.*, (2017), menyatakan bahwa asosiasi merek berpengaruh terhadap minat beli. Adapun penelitian Linda (2021) menemukan bahwa niat beli ulang Susu Sachet secara

signifikan dipengaruhi oleh brand awareness dan perceived quality. Sedangkan niat untuk membelikembali susu kemasan sachet tidak dipengaruhi oleh Brand Association. Ini karena pelanggan tidak memerlukan informasi yang relevan mengenai merek yang ada dalam pikiran pelanggan. Pada titik ketika pelanggan perlu membeli kembali barang tersebut, ada alasan kuat untuk mencari informasi seluk beluk tentang barang tersebut.

Peneliti ingin mengetahui bagaimana minat konsumen dalam membeli produk susu Bear Brand dipengaruhi oleh kesadaran merek, persepsi kualitas, dan asosiasi merek. Dengan cara ini, peneliti akan mengarahkan penelitian berjudul “PENGARUH KESADARAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN ASOSIASI MEREK TERHADAP MINAT BELI SUSU BEAR BRAND.”

II. TELAAH LITERATUR

A. Minat Beli

Menurut Mardalena *et al.*, (2018), minat beli atau *purchase intention* yaitu suatu tindakan atau perilaku individu dalam melakukan pemilihan terhadap sejumlah alternatif. Adapun definisi niat beli menurut Mada (2021) yaitu minat beli sebagai sifat yang timbul ketika individu memiliki keinginan dalam diri untuk mengetahui lebih jauh tentang suatu produk sebelum membelinya.

B. Kesadaran Merek

Menurut Aaker (1997) dalam Santoso *et al.*, (2018), kesadaran merek merupakan kemampuan individu yaitu sebagai seorang calon pembeli untuk mengingat atau mengenali produk yang ada pada kategori tertentu. Menurut Widiarto (2021), kesadaran merek memiliki tujuan yaitu untuk membedakan merek pada benak pikiran sehingga tercipta keunggulan merek. Menurut Gabrielladan Sony (2021), kesadaran merek didefinisikan sebagai titik dimana konsumen mengakui keberadaan dari suatu produk tertentu.

C. Persepsi Kualitas

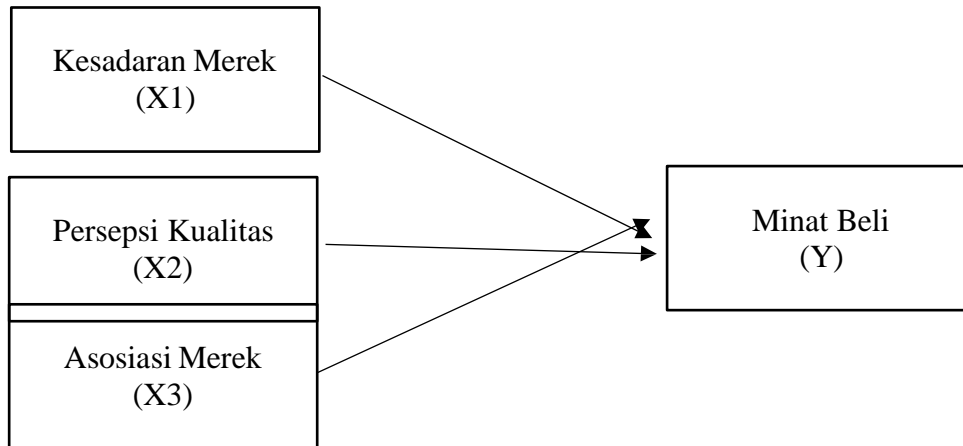
Menurut Ronny *et al.*, (2019), mendefinisikan kualitas sebagai suatu karakteristik yang melekat pada produk atau jasa, dimana karakteristik produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Widiarto (2021), persepsi kualitas didefinisikan sebagai pandangan atau perasaan yang mewakili perasaan konsumen terhadap produk tertentu. Sehingga persepsi kualitas memungkinkan menaikkan rasa minat beli di dalam diri seseorang individu.

D. Asosiasi Merek

Menurut Kotler dan Keller (2012:482) dalam Fadhilah (2015), asosiasi merek terdiri dari semua pikiran merek terkait, perasaan, persepsi, gambar,

pengalaman, kepercayaan, sikap, dan sebagainya yang menjadi terkait dengan *brand equity*. Menurut Ogunnaike et al., (2017) dalam Saribu (2019), asosiasi merek didefinisikan sebagai elemen yang ada pada merek dan mungkin melekat pada benak konsumen.

E. Kerangka Teoritis



III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian deskriptif termasuk jenis penelitian ini. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan secara jelas dan tepat aspek-aspek yang relevan dari suatu fenomena. (Solimun *et al*, 2018). Metode penelitian ini menekankan penggunaan pendekatan kuantitatif, khususnya dalam proses pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan dari data berdasarkan aspek pengukuran, perhitungan, rumus, dan kepastian data numerik selama pengolahan data Menurut Sugiyono (2022:8), Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan atau ditetapkan oleh peneliti.

B. Populasi

Populasi terdiri atas obyek dan subyek yang meliputi seluruh karakteristik atau sifat tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut untuk dipelajari dan disimpulkan (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen susu Bear Brand.

C. Sampel

Untuk teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini yaitu menggunakan *non – probability sampling*. Penelitian ini menggunakan prosedur *non – probability sampling* yaitu *purposive sampling* yang merupakan penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022).

Sampel pada penelitian ini ditujukan untuk responden yang merupakan konsumen susu Bear Brand dengan kriteria yang pernah melakukan pembelian atau mengonsumsi susu Bear Brand kurang lebih 2x dalam dua minggu, ini dikarenakan mereka masih fresh untuk mengingat apa yang mereka beli dalam 2minggu terakhir.

D. Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017:193), Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Dalam penelitian ini, data primernya adalah konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi Susu BearBrand.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data dari penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner melalui google formulir yang diisi oleh konsumen yang pernah mengonsumsi maupun melakukan pembelian Susu Bear Brand. Cara penyebaran kuesioner ini akan dilakukan melalui pesan pada aplikasi *Whatsapp*, dan *Instastory Instagram*. Kuesioner menggunakan skala Likert dengan 5 butir respons.

IV. HASIL PENELITIAN

A. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas 173 responden

Variabel	Pernyataan	Sig	Keterangan
Kesadaran Merek (X1)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Persepsi Kualitas (X2)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
Asosiasi Merek (X3)	1	0,000	Valid
	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid
	1	0,000	Valid

Minat Beli (Y)	2	0,000	Valid
	3	0,000	Valid
	4	0,000	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pernyataan kuesioner telah valid dikarenakan nilai signifikansi < 5% atau 0,05.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kesadaran Merek (X1)	1	0,891	Reliabel
	2		
	3		
	4		
Persepsi Kualitas (X2)	1	0,929	Reliabel
	2		
	3		
	4		
Asosiasi Merek (X3)	1	0,942	Reliabel
	2		
	3		
	4		
Minat Beli (Y)	1	0,873	Reliabel
	2		
	3		
	4		

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel penelitian ini telah reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha > 0,7.

B. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Unstandardized

Residual

	n	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,06	Normal

*Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25
(2023)*

Berdasarkan tabel tersebut, residual data pada penelitian ini terdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

C. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kesadaran Merek	0,258	3,869
Persepsi Kualitas	0,222	4,504
Asosiasi Merek	0,160	6,256

*Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25
(2023)*

Berdasarkan table tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini dikarenakan nilai VIF masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10 yaitu $X_1 = 3,869$; $X_2 = 4,504$; $X_3 = 6,256$. Serta nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 yaitu $X_1 = 0,258$; $X_2 = 0,222$; dan $X_3 = 0,160$.

D. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kesadaran Merek	0,406	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kualitas	0,712	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Asosiasi Merek	0,063	Tidak terjadi

heterosked
astisitas

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi adanya heteroskedastisitas dikarenakan nilai signifikansi bernilai $> 0,05$ yaitu sebesar 0,406; 0,712; dan 0,063.

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3,211	0,482		6,666	0,000
Kesadaran Merek (X1)	0,221	0,062	0,268	3,571	0,000
Persepsi Kualitas (X2)	0,383	0,068	0,455	5,629	0,000
Asosiasi Merek (X3)	0,152	0,075	0,194	2,031	0,044

a. Dependent Variable: Minat beli (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2023)

Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$\text{Minat Beli (Y)} = 3,211 + 0,221 \text{ Kesadaran Merek} + 0,383 \text{ Persepsi Kualitas} + 0,152 \text{ Asosiasi Merek} + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diketahui penjelasan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 3,211 menunjukkan bahwa variable dependen Niat Beli (Y) memiliki nilai konstanta sebesar 3,211 jika variable independent Kesadaran Merek (X1), Persepsi Kualitas (X2), dan Asosiasi Merek (X3) tetap.

- b. Variabel Brand Awareness (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0,221. Hal ini menunjukkan bahwa niat untuk membeli susu Bear Brand akan dipengaruhi oleh variabel Brand Awareness sebesar 0,221 ketika nilainya naik satu.
- c. Variabel Perceived Quality (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,383. Hal ini berarti bahwa ketika variabel Kualitas Tampak bertambah satu nilai, maka variabel Kualitas Tampak akan memberikan pengaruh sebesar 0,383 terhadap tujuan pembelian susu Bear Brand.
- d. Variabel Asosiasi Merek (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 0,152. Hal ini menunjukkan bahwa niat untuk membeli susu Bear Brand akan berubah sebesar 0,152 ketika variabel Asosiasi Merek meningkat sebesar satu nilai.

Tabel 7. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3,211	0,482			6,666	0,000
Kesadaran Merek (X1)	0,221	0,062	0,268		3,571	0,000
Persepsi Kualitas (X2)	0,383	0,068	0,455		5,629	0,000
Asosiasi Merek (X3)	0,152	0,075	0,194		2,031	0,044

a. Dependent Variable: Minat beli (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25 (2023)

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 ^a	0,754	0,750	1,62138

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek (X1), Persepsi Kualitas (X2), Asosiasi Merek (X3)

b. Dependent Variable: Minat beli (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 25
(2023)

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,750 dari tabel Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kemampuan tiga variabel independen yaitu Brand Awareness (X1), Perceived Quality (X2), dan Brand Association (X3) dalam mempengaruhi variabel dependen, Niat Beli (Y), sama dengan 75%. Sedangkan sisanya sebesar 25% variabel minat beli dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. PEMBAHASAN

Hasil dari perhitungan diatas, dapat mengetahui hasil hipotesis pada penelitian ini, dengan penjelasan sebagai berikut:

A. Hipotesis 1

H01 : $\beta_1 = 0$ (Kesadaran Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli susu Bear Brand).

Ha1 : $\beta_1 \neq 0$ (Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli susu Bear Brand).

Variabel Kesadaran Merek (X1) memiliki nilai signifikansi pada tabel $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Nilai koefisien positif dari variabel Orientasi Pasar sebesar 0,221 yang menunjukkan bahwa kesadaran merek berpengaruh positif terhadap niat beli. Ketika terjadi peningkatan nilai kesadaran merek yang lebih tinggi, maka ekspektasi pembelian akan meningkat. Maka dari hasil penelitian ini, Dapat ditarik kesimpulan bahwa H01 ditolak dan Ha1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Brand Awareness (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian susu Bear Brand secara parsial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, yaitu hasil penelitian menurut Lee, J. E., Goh, M. L., & Noor, M. N. B. M. (2019) mengungkapkan bahwa minat beli konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh kesadaran merek. Pelanggan lebih cenderung untuk mengingat karakteristik merek ketika mereka mengenalnya.

Konsekuensinya, selama siklus dinamis untuk membeli klasifikasi barang tertentu, kapasitas kenangan merek sebagai individu dari klasifikasi barang akan meningkat kemungkinan untuk dimasukkan ke dalam rangkaian pertimbangan ketika akan melakukan suatu pembelian.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Mardalena et al., (2018) menemukan bahwa niat beli dipengaruhi secara positif oleh kesadaran merek.

Kesadaran merek juga dapat digunakan sebagai heuristik dalam menentukan pilihan pembelian; Merek terkenal pasti akan dirasakan dan dipisahkan dari pesaing dan akan memiliki ekspektasi pembelian yang lebih tinggi daripada merek dengan kesadaran rendah. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Bear Brand merupakan merek yang memiliki brand awareness yang kuat.

B. Hipotesis 2

H02 : $\beta_2 = 0$ (Persepsi Kualitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli susu Bear Brand).

Ha2 : $\beta_2 \neq 0$ (Persepsi Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli susu Bear Brand).

Variabel Persepsi Kualitas (X2) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Nilai koefisien positif variabel Orientasi Pasar sebesar 0,383, menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi secara positif oleh persepsi kualitas. Kemungkinan melakukan pembelian akan meningkat seiring dengan nilai kualitas yang dirasakan. Berdasarkan temuan penelitian ini, variabel Perceived Quality (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian susu Bear Brand sebagian karena H02 ditolak dan Ha2 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu, yaitu hasil penelitian Lee, J. E., Goh, M. L., & Noor, M. N. B. M. (2019) menemukan korelasi positif dan signifikan antara niat konsumen untuk membeli dan kualitas yang dirasakan. Menurut penelitiannya kualitas adalah kriteria yang paling kritis ketika membuat pilihan. Kualitas sebagai suatu karakteristik yang melekat pada produk atau jasa, dimana karakteristik produk atau jasa tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Sehingga persepsi kualitas memungkinkan menaikkan rasa minat beli di dalam diri seorang individu.

C. Hipotesis 3

H03 : $\beta_3 = 0$ (Asosiasi Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli susu Bear Brand).

Ha3 : $\beta_3 \neq 0$ (Asosiasi Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli susu Bear Brand).

Variabel asosiasi merek (X3) memiliki tingkat signifikansi $0,044 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli. Variabel asosiasi merek positif memiliki nilai koefisien 0,152, menunjukkan bahwa asosiasi merek berpengaruh positif terhadap minat beli.

Ketika adanya penambahan nilai asosiasi merek, maka minat beli akan mengalami peningkatan. Maka dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan H03 ditolak dan Ha3 diterima, yang artinya variabel asosiasi merek (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli susu Bear Brand secara parsial. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Lee, J. E., Goh, M. L., & Noor, M. N. B. M. (2019) menemukan bahwa Asosiasi Merek juga terbukti memiliki hubungan positif dengan niat beli konsumen. Asosiasi merek membantu konsumen memproses atau mengambil informasi, membedakan merek, menumbuhkan sikap atau perasaan positif di antara konsumen, dan membangkitkan alasan untuk membeli merek tersebut. Mereka juga memberi konsumen beberapa manfaat. Asosiasi merek akan menghasilkan citra merek yang positif atau negatif yang mempengaruhi hubungan yang dibangun konsumen dengan merek dalam hal keterikatan emosional dan persepsi, akibatnya mempengaruhi minat beli konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian penelitian dari Latipah et al., (2017), yang berjudul “Pengaruh Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Sandal dan Sepatu Bata Cabang Kuningan”. Pada penelitiannya membuktikan bahwa variabel asosiasi merek memiliki pengaruh kepada minat beli sandal dan sepatu bata. Asosiasi merek juga salah satu elemen yang sangat penting bagi perusahaan untuk merumuskan strategi yang relevan dalam memastikan bahwa pelanggan mereka akan memiliki asosiasi merek yang positif. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa asosiasi merek susu Bear Brand telah dibangun dengan positif.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berlandaskan dan mengacu pada pembahasan hasil penelitian dan analisis data tentang pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas dan asosiasi merek terhadap minat beli untuk membeli susu Bear Brand, oleh karena itu berikut merupakan kesimpulan yang telah dirangkum :

- a. Brand Awareness atau kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap purchase intention atau minat beli secara parsial. Dari nilai signifikansi dapat diketahui bahwa merek populer lebih mungkin untuk dikenali dan akan mempunyai minat beli yang lebih tinggi daripada merek dengan awareness yang rendah. Berdasarkan penelitian ini disimpulkan, susu Bear Brand merupakan merek dengan brand awareness yang kuat dan menjadi “Top of Mind”
- b. Persepsi Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara parsial. Seseorang dengan persepsi kualitas yang kuat terhadap suatu produk akan terpesona dan tertarik untuk membeli atau

mengonsumsi produk tersebut karena mereka yakin bahwa produk tersebut akan memberikan pengalaman yang memuaskan, kepuasan yang tinggi, dan nilai yang luar biasa.

- c. Asosiasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara parsial. Asosiasi merek akan menghasilkan citra merek yang positif atau negatif yang mempengaruhi hubungan yang dibangun konsumen dengan merek dalam hal keterikatan emosional dan persepsi, akibatnya mempengaruhi minat beli konsumen. Dari analisis data, disimpulkan bahwa Bear Brand telah membangun asosiasi merek dengan positif.

B. Saran

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan landasan dalam mempertahankan dan meningkatkan strategi pemasaran perusahaan yang sudah dibentuk dengan sangat baik. Oleh karena itu berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran bagi Perusahaan, seperti sebagai berikut :

- a) Untuk dapat mempertahankan kesadaran merek, Bear brand harus secara konsisten menonjolkan produknya sebagai susu steril, sebab sejak dulu inilah branding susu Bear Brand. Misalnya Bear Brand dapat selalu berinovatif dalam merancang dan menampilkan iklan-iklan yang unik dan lebih menarik, serta selalu up to date untuk mempertahankan posisinya sebagai market leader susu steril di Indonesia.
- b) Untuk memperkuat asosiasi merek, Bear Brand dapat melakukan edukasi dengan fakta dan bukti ilmiah misalnya dengan melakukan branding terkait manfaat mengonsumsi susu steril dan branding terkait kelebihan dari susu Bear Brand yang membedakannya dari kompetitor lain. Hal ini akan membantu Bear Brand untuk mempertahankan asosiasi merek yang telah dibangun supaya lebih meyakinkan konsumennya dalam membantu proses membedakan merek, dan menghasilkan alasan yang membentuk minat beli.
- c) Untuk mempertahankan kualitas produk, Bear Brand harus Konsisten menjaga kualitas produk, dengan mempertahankan standar kualitas produknya agar tetap memenuhi harapan konsumen dan mempertahankan posisinya di pasarserta menjaga citra mereknya agar tetap positif di mata konsumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a) Peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian dengan produk yang berbeda dari industri yang berbeda. Peneliti selanjutnya juga disarankan meneliti variabel lain yang berpotensi memengaruhi



minat beli seperti semiotika kemasan, brand experience, brand trust, dan sebagainya yang tidak diteliti pada penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambah profil responden yang lebih spesifik seperti demografi responden, wilayah, dan sebagainya supaya dapat mengetahui segmentasi pasar suatu produk secara lebih spesifik. Studi masa depan dapat melakukan penelitian berskala Internasional dengan memasukkan lebih banyak responden dari berbagai manca Negara dan juga merekrut lebih banyak responden laki-laki. Faktor-faktor ini akan berkontribusi untuk menghasilkan hasil yang lebih meyakinkan yang dapat menggeneralisasi populasi konsumen susu Bear Brand secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Lee, J. E., Goh, M. L., & Noor, M. N. B. M. (2019). Understanding purchase intention of university students towards skin care products. *PSU Research Review*.
- Gabriella, G., & Sonny, S. (2021). The Impact Of Brand Equity To Purchase Intention (Case Study From Iphone Users In Makassar). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 1-11.
- Susilowati, E., & Sari, A. N. (2020). The influence of brand awareness, brand association, and perceived quality toward consumers' purchase intention: a case of cheese factory, Jakarta. *Independent Journal of Management & Production*, 11(1), 039-053.
- Latipah, R., Fitriani, L. K., & Masruroh, R. (2017). PENGARUH ASOSIASI MEREK, PERSEPSI KUALITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SANDAL DAN SEPATU BATA CABANG KUNINGAN. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 13(3).
- Roony, C., Priambodo, D. D., & Hestiyani, M. (2020). Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli (Case Study Integrated home protection). *Indonesian Business Review*, 2(1), 125-138.
- Putri, D. W., & Utama, L. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas, Pengaruh Sosial, Dan Kebutuhan Akan Keunikan Terhadap Minat Pembelian Konsumen Luxury Brand Pada Generasi Y. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 176-185.
- Mardalena, N. T., Lubis, A. R., & Utami, S. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek Dan Keunggulan Produk Terhadap Minat Beli Produk Luxuri Fashion Brand Dengan Gender Sebagai Moderating Pada Pemasaran Media Sosial Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Magister Manajemen*, 2(1), 99-114.
- Rini, G. P., Suroso, I., & Faidah, F. (2019). STUDI MENGENAI MINAT BELI KONSUMEN ROKOK. *Stability: Journal of Management and Business*, 2(1).
- Sudayo, T., & Saefuloh, D. (2019, August). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Studi Kasus:



Merek Nokia. In Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar (Vol. 10, No. 1, pp. 841-850).

Aisyah, S. S. (2016). PENGARUH PENAMBAHAN EKSTRAK KULIT KAYU MANIS (*Cinnamomum burmannii*) TERHADAP KADAR PROTEIN, KADAR LEMAK, KADAR KOLESTEROL, DAN NILAI ORGANOLEPTIK YOGHURT SUSU KAMBING (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).

Lifestyle.bisnis.com, "Asal Usul Bear Brand: Susu Sapi Berlogo Beruang, Iklan Bergambar Naga". Diakses 19 April 2022, dari <https://lifestyle.bisnis.com/read/20210703/106/1413332/asal-usul-bear-brand-susu-sapi-berlogo-beruang-iklan-bergambar-naga>

Portaljember.pikiran-rakyat.com, "Mengapa Susu Bear Brand Menggunakan Logo Beruang dan Iklan Naga? Ini Penjelasan Menurut Ilmu Desain Grafis". Diakses 19 April 2022, dari <https://portaljember.pikiran-rakyat.com/wiki-portal/pr-162163676/mengapa-susu-bear-brand-menggunakan-logo-beruang-dan-iklan-naga-ini-penjelasan-menurut-ilmu-desain-grafis>

Medianeliti.com, "BRAND EQUITY SUSU CAIR UHT DAN PENGARUHNYA PADA PURCHASE INTENTION". Diakses 19 April 2022, dari <https://media.neliti.com/media/publications/10815-brand-equity-susu-cair-uht-dan-pengaruhn-bb2fd71d.pdf>

Wartaekonomi.co.id, "Peminat Susu Bear Brand Masih Tinggi, Ternyata Ini Sejarah 'Susu Beruang' Sejak 115 Tahun Lalu!" Diakses 19 April 2022, dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read349703/peminat-susu-bear-brand-masih-tinggi-ternyata-ini-sejarah-susu-beruang-sejak-115-tahun-lalu>

Money.kompas.com, "Susu Beruang Jadi Rebutan, Ini Kata Nestle". Diakses 19 April 2022, dari <https://money.kompas.com/read/2021/07/04/120200526/susu-beruang-jadi-rebutan-ini-kata-nestle?page=all>



Pengaruh Work-Life Balance dan Kepuasan Kerja Karyawan terhadap Kinerja karyawan cafe di Palembang.

Natasya Misyell V
(Natasyamisyell46@gmail.com)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Dan Akutansi, Universitas Katolik Musi Charitas
Palembang, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh work life balance terhadap kinerja dan kepuasan karyawan cafe yang ada di kota Palembang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik survey dengan menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada karyawan cafe di kota Palembang menggunakan Google Form secara offline. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 35 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa work life balance dan kinerja karyawan berpengaruh positif terhadap kepuasan karyawan cafe di kota Palembang.

Kata Kunci: *work life balance, kinerja, kepuasan karyawan.*

Abstract

This study aims to empirically examine the effect of work life balance on the performance and satisfaction of cafe employees in the city of Palembang. This research is a quantitative research using primary data types. The data collection technique used was a survey technique using a questionnaire instrument which was distributed to cafe employees in the city of Palembang using the Google Form offline. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The sampling method used purposive sampling with a total sample of 35 respondents. The results of this study indicate that work life balance and employee performance have a positive effect on cafe employee satisfaction in Palembang.

Keyword: *work life balance, performance, employee satisfaction.*



ANALISIS PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN UKMC PALEMBANG

Jewellin

(giokchuu11@gmail.com)

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Unika Musi Charitas,
Indonesia

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan UKMC Palembang yang berjumlah 30 orang dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk google form. Dalam penelitian ini menggunakan pengujian validitas, reliabilitas, dan normalitas serta uji regresi linier berganda.

Abstract

The purpose of this study is to analyze the influence of motivation and work environment on employee performance. The sample in this study was 30 employees of UKMC Palembang by distributing questionnaires in the form of google forms. In this study using validity, reliability, and normality testing as well as multiple linear regression tests.

Keywords: *motivation, environment, performance*



PROSIDING SEMINAR NASIONAL

Tempat pelaksanaan : Aula Fakultas Sains & Teknologi

**Strategi Keberlangsungan Bisnis Dalam
Menghadapi Isu Perekonomian Global**

**"MANAGING BUSINESS SUSTAINABILITY IN A
CHANGING GLOBAL ECONOMIC LANDSCAPE"**



PROSIDING

Seminar Nasional Fakultas Bisnis dan Akuntansi

"Mengelola Keberlanjutan Bisnis dalam Lanskap Ekonomi Global yang
Dinamis"

Penerbit : UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS

2
0
2
3

ISBN 978-623-89420-0-8 (PDF)



9 786238 942008