

E - PROFIT

Economics Professional in Action

Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Kewirausahaan, dan Akuntansi

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Vol. 1 | Edisi . 1 | Agustus 2019

Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak
N. Heryah

Pengaruh *Work Life Balance* dan Insentif Terhadap Kepuasan Kerja
Karyawan di Divisi Mirai PT. Bank Nusantara Parahyangan Tbk
Cabang Sudirman Bandung
Ayu Nike Retnowati

Analisis Faktor Struktur Modal Perusahaan Penanaman Modal Asing di Indonesia
Elok Faiqoh Himmah

Pengaruh *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional
Terhadap Kinerja Karyawan PT.PLN (Persero) Studi Kasus Pada
Satuan Pengawasan Internal (SPI)
Elan Rusnendar

Perbandingan *Perceived Quality* Sebagai Dampak *Lifestyle* (Survey
pada Pengguna Mobil Nissan March dan Mobil Hyundai di Kota
Bandung)
Sabilla Saberina

Pengaruh Sanksi Administrasi Pajak dan Biaya Kepatuhan Terhadap
Kepada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Survei Pada KPP
Pratama Bandung Tegallega)
Putri Gantine Lestari

Mengukur Tingkat Kepuasan Pelayanan Pengunjung Perpustakaan
Di Politeknik Tri Mirta Karya Mandiri
Sukardi, Taufan Gojali

E-PROFIT

Economics Professional in Action

Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Kewirausahaan, dan Akuntansi

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Susunan Tim E-PROFIT

Pelindung

Dr. Ir Bob Foster, M.M

Pengarah

Drs. Muh, Deni Johansyah, M.M

Penanggung Jawab

Ratih Hadiani, S.Kom, MBA

Redaksi

Elok Faiqoh Himmah, S.E, M.A

Anggota

Putri Gantine Lestari, S.E, M.Ak

Astari Dianty, S.E, M.Ak

Ira Valentina Silalahi, S.pd, M.M

Ayu Nike Retnowati, S.St, M.M

Sirkulasi

Dinar Rahayu S. St

E-PROFIT

Diterbitkan oleh FEB UNIBI

Jl. Soekarno Hatta 643 Bandung

Telp. 022 7320841

e-mail: feb@unibi.ac.id

Catatan Redaksi

E-PROFIT

E-Profit, media informasi pendidikan, penelitian dan pengabdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIBI, hadir guna memfasilitasi Tridharma Perguruan Tinggi dan memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pembacanya.

Pembaca yang budiman, edisi yang saat ini berdasar di tangan pembaca adalah edisi pertama, terdiri dari enam artikel hasil penelitian dan telaah pustaka dari ilmu ekonomi, manajemen, bisnis, kewirausahaan dan akuntansi. Juga kami sertakan liputan kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian yang berlangsung di FEB UNIBI.

Semoga kehadiran E-PROFIT menjadi pemicu prestasi kita.

Tim Redaksi

Daftar Isi

Volume 1 | Juli 2019

Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

N. Heriyah

1-10

Pengaruh *Work Life Balance* dan Insentif Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Divisi Miral PT. Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Sudirman

Ayu Nike Retnowati

11-20

Determinan Struktur Modal Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Elok Faiqoh Himmah

21-30

Pengaruh *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan PT.PLN (Persero) Studi Kasus Pada Satuan Pengawasan Internal (SPI)

Elan Rusnendar

31-41

Perbandingan *Percived Quality* Sebagai Dampak *Lifestyle* (Survey pada Pengguna Mobil Nissan March dan Mobil Hyundai di Kota Bandung)

Sabilla Saberina

42-56

Pengaruh Sanksi Administrasi Pajak dan Biaya Kepatuhan Terhadap Kepada Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Studi Survei Pada KPP Pratama Bandung Tegallega)

Putri Gantine Lestari

57-64

Mengukur Tingkat Kepuasan Pelayanan Pengunjung Perpustakaan di Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri

Sukardi, Taufan Gojali

65-72

Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Bandung)

N. Heriyah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
hervahamov@gmail.com

ABSTRACT

The number of taxpayers from year to year is increasing but there are still obstacles that can hamper efforts to increase tax ratio, the obstacle is tax compliance (tax compliance). Several factors that can influence taxpayer compliance are taken in this study is fiscal services. This study was conducted to assess the level of taxpayer compliance, especially private persons in the city of Bandung by using these independent variables. Variable of fiscal service chosen because it tends to be more in line with individual taxpayer compared with other variables. Because the that variables are directly related to how the individual taxpayers will determine the attitudes of the taxpayer on taxpayer compliance, individual taxpayers with the tax authorities in this case the taxpayer service on compliance taxpayer.

Population in this research is individual taxpayer residing in Bandung City. Based on data obtained from five Primary Tax Office in Bandung until 2016 was recorded as many as 749,929 people who is an effective personal taxpayer. Not all the effective individual taxpayers are subject to the research because of their huge amounts, therefore for the efficiency of time and costs sampling is taken. Sampling was done on 400 people by using probability sampling method. The primary data collection method used is by questionnaire method, while the data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis technique.

Based on the results of the analysis conducted then obtained the conclusion that the attitudes of taxpayers, fiscal services, and tax penalties sanction have a significant positive effect on taxpayer compliance.

Keywords: Taxpayer Compliance and Fiscal Services

ABSTRAK

Jumlah wajib pajak dari tahun ke tahun semakin bertambah, namun demikian masih terdapat kendala yang dapat menghambat upaya peningkatan *tax ratio*, kendala tersebut adalah kepatuhan wajib pajak (*tax compliance*). Faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak yang diambil pada penelitian ini adalah pelayanan fiskus. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji tingkat kepatuhan wajib pajak khususnya orang pribadi di Kota Bandung dengan menggunakan variabel bebas tersebut. Variabel pelayanan fiskus dipilih karena cenderung lebih sesuai dengan wajib pajak orang pribadi dibandingkan dengan variabel lain. Karena variabel tersebut berhubungan langsung antara bagaimana wajib pajak orang pribadi akan menentukan sikap terhadap kepatuhan wajib pajak dengan mengambil pelayanan fiskus yang dijadikan variabel bebas untuk menentukan sikap dalam kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang berada di Kota Bandung. Berdasarkan data yang diperoleh dari lima Kantor Pelayanan Pajak Pratama di Kota Bandung sampai tahun 2016 tercatat sebanyak 749.929 orang yang merupakan wajib pajak orang pribadi efektif. Tidak semua wajib pajak orang pribadi efektif ini menjadi objek dalam penelitian karena jumlahnya yang sangat besar oleh karena itu guna efisiensi waktu dan biaya dilakukan pengambilan sampling. Pengambilan sampel dilakukan pada 400 orang dengan menggunakan metode *probability sampling*. Metode pengumpulan data primer yang digunakan adalah dengan metode angket (kuesioner),

sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka diperoleh kesimpulan bahwa pelayanan fiskus memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak baik.

Kata kunci : Kepatuhan Wajib Pajak dan Pelayanan Fiskus

1. Latar Belakang Masalah

Data dari BPS pada tahun 2011-2013 menunjukkan bahwa pajak merupakan penyumbang APBN lebih dari 70%. Direktorat Jendral Pajak (DJP) Tahun 2013, menjelaskan, "Pajak merupakan sumber utama penerimaan Negara". Berdasarkan pernyataan tersebut, maka pemerintah khususnya DJP terus berupaya untuk meningkatkan penerimaan pajak. Upaya yang dilakukan DJP adalah dengan cara ekstensifikasi pajak, yaitu menjangkau subjek-subjek pajak baru yang selama ini belum terdaftar sebagai wajib pajak, intensifikasi pajak, yaitu mencari sumber-sumber objek pajak yang belum tergarap dan modernisasi pajak (Hidayat, 2005). Selain dari ketiga upaya tersebut, DJP juga melakukan reformasi perpajakan pertama kali yaitu pada tahun 1983 dengan diberlakukannya *self assessment system*, dimana wajib pajak diharuskan untuk berperan aktif dalam pemenuhan kewajiban perpajakan, diantaranya adalah dengan menghitung, memperhitungkan, membayar pajak, menyeter, dan melaporkan seluruh pajak yang menjadi kewajibannya. Namun demikian dalam prakteknya di lapangan, system pemungutan pajak di Indonesia sulit dijalankan sesuai harapan.

Tabel 1.5
Rasio Kepatuhan Wajib Pajak Tahun 2011 – 2015

Uraian	2015	2014	2013	2012	2011
WP Terdaftar	19.220.451	18.357.833	17.731.736	17.659.278	19.913.904
WP Badan	1.167.507	1.166.036	1.141.797	1.026.388	2.450.655
WP OP	18.052.944	17.191.797	16.589.939	16.632.890	17.463.249
SPT Tahunan PPh	11.670.242	10.807.624	10.781.103	9.482.480	8.972.597
WP Badan	550.127	548.676	592.373	547.659	507.844
WP OP	11.120.115	10.258.948	10.188.730	8.934.821	8.464.753
Rasio Kepatuhan	60,71 %	58,87 %	60,80 %	53,70 %	45,05 %

WP Badan	47,11%	47,05%	51,88%	53,36 %	20,72 %
WP OP	61,59%	59,67%	61,72%	53,72 %	48,47 %

Sumber : Data Masterfile ODS, diolah kembali

Selanjutnya SPT Tahunan PPh adalah jumlah SPT Tahunan PPh yang diterima oleh Ditjen Pajak selama masa satu tahun kegiatan. Pada tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah SPT Tahunan yang diterima oleh Ditjen Pajak mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kemudian Rasio Kepatuhan merupakan perbandingan antara jumlah SPT Tahunan PPh yang diterima dalam satu tahun pajak tertentu dengan jumlah wajib pajak terdaftar wajib SPT pada awal tahun.

Tabel 1.6
Ratio Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Kota Bandung
Tahun 2011 hingga 2015

Tahun	Jumlah WP Terdaftar	Jumlah Penyelesaian SPT (WP Efektif)	WP Efektif/Jml WP Terdaftar	Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak
2011	427.606	155.623	155.623/427.606	36%
2012	471.076	164.814	164.814/471.076	35%
2013	511.337	161.826	161.826/511.337	32%
2014	545.620	233.138	233.138/545.620	42%
2015	1.004.650	459.276	459.276/1.004.650	46%

Sumber : Direktorat Teknologi Informasi Perpajakan, diolah

Kepatuhan wajib pajak merupakan salah satu komponen penting dalam rangka meningkatkan penerimaan pajak. Kepatuhan wajib pajak mencerminkan kesediaan dari individu atau wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Berbagai dimensi dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepatuhan wajib pajak. Beberapa diantaranya antara lain adanya kewajiban seluruh wajib pajak untuk

melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT) dan mengungkapkan jumlah penghasilan yang

dilaporkan. Sejalan dengan implementasi *self assessment* diharapkan wajib pajak dapat mencapai suatu tingkat kepatuhan pajak sukarela (*voluntary compliance*).

Berdasarkan kondisi dan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai kepatuhan wajib pajak dengan judul penelitian “**Pengaruh Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak**”.

II. KAJIAN TEORI

A. Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Kepatuhan Wajib pajak terkait dengan sikap wajib pajak dalam membuat penilaian terhadap pajak itu sendiri. Dalam teori atribusi persepsi seseorang untuk membuat penilaian mengenai orang lain sangat dipengaruhi oleh kondisi internal maupun kondisi eksternal orang tersebut. Teori atribusi (*attribution theory*) sangat relevan untuk menerangkan maksud tersebut di atas. Pada dasarnya, teori atribusi menyatakan bahwa bila individu-individu mengamati perilaku seseorang, maka mereka mencoba untuk menentukan apakah perilaku itu ditimbulkan secara internal ataukah secara eksternal (Robbins, 2009:129).

B. Teori Aksi Beralasan (*Theory of Reasoned Action / TRA*)

Ajzen dan Fishbein (1980), dalam “*Theoy of reasoned action*” atau yang dikenal juga dengan Teori Aksi beralasan menyatakan bahwa niat menentukan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. *Theory of Reasoned Action* adalah suatu teori yang menjelaskan sikap dan perilaku individu dalam melaksanakan suatu kegiatan. Ajzen dan Fishbein berpendapat bahwa *Theory of*

Reasoned Action berasal dari kegagalan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai teori sikap perilaku tradisional. Berdasarkan *Theory of Reasoned Action*, perilaku seseorang ditentukan oleh tujuan perilaku untuk melakukannya

C. Kepatuhan Wajib Pajak (*Tax Compliance*)

Menurut Norman D. Nowak (Zain, 2007:31), kepatuhan wajib pajak memiliki pengertian yaitu : “Suatu iklim kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan, tercermin dalam situasi di mana :

1. Wajib pajak paham atau berusaha untuk memahami semua ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
2. Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas
3. Menghitung jumlah pajak yang terutang dengan benar
4. Membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya”

D. Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak

Menurut Kottler dan Keller (2008:42) mendefinisikan layanan sebagai tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud yang dapat menciptakan nilai dan memberikan manfaat kepada pelanggan pada waktu dan tempat tertentu dengan menimbulkan perubahan keinginan atau kepentingan penerimaan layanan. Menurut Kottler dan Keller (2008:54), terdapat lima dimensi yang digunakan sebagai indikator atau ukuran kualitas pelayanan. Adapun lima dimensi kualitas layanan tersebut, adalah:

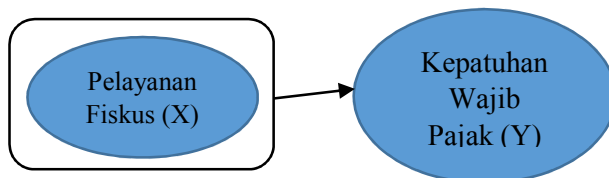
1. **Keandalan (*reliability*)**,
2. **Responsive / daya tanggap (*responsiveness*)**,
3. **Kepastian / jaminan (*assurance*)**,

4. Empati (*empathy*),
5. Berwujud/bukti fisik (*tangible*).

2.1. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dengan sikap wajib pajak, pelayanan fiskus, dan penerapan sanksi perpajakan tersebut diduga akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban membayar pajak.

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran Teoritis



Keterangan : ————— **Pengaruh**

2.1. Hipotesis

Fiskus yang bertanggungjawab dan mendayagunakan Sumber Daya Manusia sangat dibutuhkan guna meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Secara empiris hal ini telah dibuktikan oleh Loekman Sutrisno (1994) yang menemukan bahwa terdapat hubungan antara pembayaran pajak dengan mutu pelayanan publik untuk wajib pajak. Fiskus diharapkan memiliki kompetensi dalam arti memiliki keahlian (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), dan pengalaman (*experience*) dalam hal kebijakan perpajakan, administrasi pajak, dan perundang-undangan perpajakan. Selain itu fiskus juga harus memiliki motivasi yang tinggi sebagai pelayan publik. Dari uraian tersebut, dapat dikatakan bahwa mutu pelayanan petugas pajak (fiskus) diduga akan berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak di dalam membayar pajak. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pelayanan Fiskus berpengaruh terhadap kepatuhan wajib pajak

III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:13) yang dimaksud dengan objek penelitian adalah :

“Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu)”

Objek penelitian ini akan dilakukan pada wajib pajak orang pribadi (WPOP) yang berada di KPP Pratama Bandung yang meliputi lima Kantor Pelayanan Pajak (KPP), yaitu :

1. KPP Pratama Cibeuying, yang berkedudukan di Jl. Purnawarman No.21 Bandung
2. KPP Pratama Karees, yang berkedudukan di Jl. Ibrahim Aji No. 372 Bandung
3. KPP Pratama Cicadas, yang berkedudukan di Jl. Soekarno Hatta No. 781 Bandung
4. KPP Pratama Tegalega, yang berkedudukan di Jl. Soekarno Hatta No. 216 Bandung
5. KPP Pratama Bojonegara, yang berkedudukan di Jl. Prof. Sutami No. 1 Bandung

B. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:14), yang dimaksud dengan metode penelitian adalah sebagai berikut :

“Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.”

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif dan verikatif.

Sumber data primer pada penelitian ini akan diperoleh langsung dari setiap KPP di Kota Bandung berupa jumlah wajib pajak orang pribadi (WP OP) efektif. Selain dari itu sumber data primer diperoleh dari data berupa kuesioner yang telah diisi oleh para wajib pajak orang pribadi (WP OP) efektif yang menjadi responden terpilih dalam penelitian ini

Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini definisi populasi diatas menerangkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi efektif (WP OP) yang berada di Kota Bandung Tahun 2016. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling* dengan menggunakan rumus slovin. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin* dalam Sujarweni (2014:16), yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Berdasarkan data dari KPP yang ada di Kota Bandung, hingga tahun 2016 tercatat sebanyak 749.929 wajib pajak orang pribadi yang merupakan WP OP efektif. Maka jumlah sampel untuk penelitian dengan *margin of error* sebesar 5% adalah :

Sehingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 Wajib Pajak Orang Pribadi. Sampel yang berjumlah 400 tersebut akan didistribusikan pada lima KPP secara proporsional.

Perhitungan jumlah sampel yang diambil untuk setiap KPP berdasarkan perhitungan sampling adalah sebagai berikut :

Perhitungan Pengambilan Sampel Untuk Setiap KPP

Nama KPP	WP OP Efektif (Populasi)	Prosentase	Targe t Populasi (Jumlah Sampel)
KPP Cibeuying	149.811	19,97 %	80
KPP Karees	169.696	22,63 %	90
KPP Cicadas	153.908	20,52 %	82
KPP Tegalega	135.926	18,13 %	73
KPP Bojonegara	140.588	18,75 %	75
Jumlah	749.929	100 %	400

C. Analisis Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengolah dan membahas data yang telah diperoleh dan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Teknik analisis regresi dipilih untuk digunakan pada penelitian ini karena teknik analisis berganda dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan secara parsial maupun simultan atau bersama-sama. Adapun model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Patuh} = \alpha + \beta_1 \text{ Sikap} + \beta_2 \text{ Pelayanan Fiskus} + \beta_3 \text{ Sanksi} + e$$

Dimana :

Patuh = Kepatuhan WP

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

Sikap	= Sikap WP Terhadap Kepatuhan WP
Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan WP	= Pelayanan Fiskus Terhadap Kepatuhan WP
Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan WP	= Penerapan Sanksi Terhadap Kepatuhan WP
e	= Residual

D. Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan untuk mengetahui instrumen penelitian mampu mencerminkan isi sesuai hal dan sifat yang diukur, artinya setiap butir instrumen telah benar-benar menggambarkan keseluruhan isi yang menjadi dasar penyusunan instrumen. Menurut Sugiyono (2017:134) analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan tiap faktor tersebut dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.

E. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas kuesioner melalui uji statistik *Alpha-Cronbach* dengan program SPSS (*Statistical Package for Sosial Sciences*) for Windows. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha-Cronbach* $> 0,70$ pada hasil pengujian.

F. Uji Normalitas

Uji statistik regresi dan korelasi perlu dilakukan pengujian normalitas data, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang

digunakan dalam penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kolmogorov-Smirnov Test* yang nantinya akan diolah dengan bantuan SPSS 20.0 for windows, kemudian alat uji statistik parametric dapat digunakan bila asumsi data sampel berdistribusi normal terpenuhi.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotik Significance*), yaitu (Imam Ghazali, 2016:100) :

- Jika Probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal
- Jika Probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi normal

G. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinieritas adalah suatu hubungan linier yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas (Imam Ghazali, 2016:105).

H. Uji Heterokedastisitas

Menurut Imam Ghazali (2016:139), uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesalahan atau ketidaksamaan *variance* dari residual pada model yang sedang diamati dari satu observasi ke observasi yang lain.

I. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengukur satu hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat.

J. Pengujian Hipotesis

K. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t adalah untuk menguji keberhasilan koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara tunggal berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dengan membandingkan antara nilai t hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai t tabel dengan derajat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah wajib pajak orang pribadi yang berada di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung yang meliputi lima Kantor Pelayanan Pajak yang selanjutnya disebut populasi. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah berjumlah 749.929 wajib pajak orang pribadi yang berasal dari lima Kantor Pelayanan Pajak. Dari populasi yang berjumlah 749.929 wajib pajak orang pribadi diperoleh target populasi yang selanjutnya disebut sampel yang berjumlah 400 wajib pajak orang pribadi yang masing-masing KPP terdiri dari KPP Pratama Bandung Cibeuying berjumlah 80 wajib pajak orang pribadi, KPP Pratama Bandung Karees berjumlah 90 wajib pajak orang pribadi, KPP Pratama Bandung Cicadas berjumlah 82 wajib pajak orang pribadi, KPP Pratama Bandung Tegalega berjumlah 73 wajib pajak orang pribadi, dan KPP Pratama Bandung Bojonegara berjumlah 75 wajib pajak orang pribadi.

Berdasarkan objek penelitian yang telah disebutkan sebelumnya maka profil responden dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu :

1. Jenis kelamin responden

2. Pendidikan terakhir responden
3. Asal KPP wajib pajak

Pemilihan responden baik yang berlatarbelakang jenis kelamin, pendidikan terakhir dan asal KPP wajib pajak dilakukan secara acak yaitu dengan menggunakan teknik *Probability Sampling*, adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. (Sugiyono, 2017:82)

B. Variabel Pelayanan Fiskus

Data penelitian pelayanan fiskus terhadap kepatuhan wajib pajak tersebut mendukung teori pelayanan fiskus yang dikemukakan oleh Kotler dan Killer (2008:55) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dinilai sebagai perbandingan antara harapan yang diinginkan dengan penilaian mereka dalam hal ini wajib pajak terhadap kinerja aktual dari suatu penyediaan layanan. Selain itu pelayanan yang baik akan mendorong kepatuhan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya (Darussalam, 2013). Apabila wajib pajak atau pelanggan puas dengan pelayanan dan kinerja yang ditawarkan organisasi dalam hal ini aparat pajak, maka wajib pajak atau pelanggan akan membalas dengan memberikan penilaian yang tinggi atau dapat dikatakan tingkat kepatuhan wajib pajak akan meningkat. Dengan demikian semakin baik pelayanan fiskus atau pelayanan yang diberikan oleh aparat pajak maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak.

Melalui jumlah skor tanggapan dari 5 pernyataan yang diajukan mengenai variabel Pelayanan Fiskus, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Pelayanan Fiskus termasuk dalam kategori “baik”. Berdasarkan hasil perhitungan maka dapat diartikan bahwa wajib pajak orang pribadi telah merasakan pelayanan yang cukup baik dari pelayan fiskus atau aparat perpajakan. Pelayanan fiskus selalu berusaha untuk memenuhi semua

kebutuhan dan keperluan yang dibutuhkan oleh wajib pajak khususnya orang pribadi.

C. Variabel Kepatuhan Wajib Pajak

D. Melalui jumlah skor tanggapan dari 4 pernyataan yang diajukan mengenai variabel Kepatuhan Wajib Pajak, maka dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai Kepatuhan Wajib Pajak termasuk dalam kategori “baik”. Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka dapat diartikan bahwa wajib pajak orang pribadi selalu berusaha untuk membayar pajak atau memenuhi kewajiban perpajakannya tepat pada waktunya. Salah satu penyebab dari tingginya skor perolehan pada pernyataan ini agar wajib pajak terhindar dari pengenaan sanksi perpajakan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian pada bab sebelumnya, hasil pengolahan data dan uji hipotesis yang telah dilakukan maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelayanan fiskus meningkatkan kepatuhan wajib pajak.. Secara empiris hasil penelitian membuktikan untuk pelayanan fiskus yang prima dan memenuhi kategori keandalan (*reliability*), responsive (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), empaty (*empathy*), berwujud (*tangible*) akan memberikan pengaruh positif kepada wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Semakin baik pelayanan yang diterima maka wajib pajak akan semakin patuh.
2. Secara empiris hasil penelitian membuktikan bahwa semakin tinggi

tingkat kepercayaan dan keyakinan wajib pajak kepada aparat pajak maka akan semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak.

3. Secara empiris hasil penelitian membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan fiskus atau kualitas pelayanan perpajakan maka semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak, demikian pula sebaliknya apabila semakin tidak baik atau rendahnya kualitas pelayanan fiskus atau pelayanan perpajakan maka semakin rendah pula tingkat kepatuhan wajib pajak.

VI. Referensi

- Ghozali, Imam, 2016, Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, Semarang : Yoga Pratama
- Hidayat, Nur, 2005, Upaya Mengoptimalkan Penerimaan Pajak, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Terapan, Volume 1. Nomer 2
- Hutagaol, John, 2007, “Strategi Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak”, Jurnal Akuntabilitas, Volume 6, Nomer 2, Maret 2007, hal. 186–193.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2008, Manajemen Pemasaran : PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Loudon, David L., and Della Bitta, Albert J., 1988, Consumer Behavior: concepts and applications, 3rd Edition, McGraw-Hill, New York
- Nowak, Norman D., 1989, Tax Administration in Theory and Practice, Preager Publisher, London.
- Narimawati. Umi, Sri Dewi A., 2010, Penulisan Karya Ilmiah, Bekasi : Penerbit Genesis
- Panggabean, Miando Sahala L., 2002, Self

-
- Assesment, Fiskus, dan Kepatuhan Wajib Pajak,
Berita Pajak, No. 1462/Tahun XXXIV, p.
31–33
- Prasentiantono. A. Tony, 1994, Kebijakan
Ekonomi Publik, Jakarta : Gramedia Pustaka
Utama
- 2
- Robbins, Stephen P.- Jugge, Timothy A, 2009,
Perilaku Organisasi- Organizaion Behavior
Aplikasi, Edisi 12 Bahasa Indonesia, Jakarta
: Salemba Empat
- Sugiyono, 2017, Metode Penelitian Kuantitatif,
Kualitatif, dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Sekaran, Uma, 2013, Research Methods for
Business : Metodologi Penelitian Untuk
Bisnis, Edisi 6, Jakarta : Salemba Empat.
- Sujarweni, V.Wiranta, 2014, Metodologi
Penelitian, Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Saefudin, Azwar, 2010, Reliabilitas dan Validitas,
Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arikunto. Suharsimi, 2010, Prosedur Penelitian
Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi VII,
Jakarta : Rineka Cipta
- Ajzen, L., & Fishbein, M,. 1980, The Theory Of
Planned Behavior dalam J. Kuhl &
Beckman, Eds., Action-control :From
Cognition to Behavior, Springer,
Heidelberg, p.11-39
- Bandura, A.,1977, “Sosial Learning Theory”,
Englewood Cliffs, Prentitice Hall , New
Jersey, 1996

**PENGARUH *WORK LIFE BALANCE* DAN INSENTIF TERHADAP KEPUASAN KERJA
KARYAWAN DI DIVISI MIRAI + PT. BANK NUSANTARA PARHYANGAN Tbk
CABANG SUDIRMAN BANDUNG**

Ayu Nike Retnowati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email; : anr3515@unibi.ac.id

Daniel Baruch

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Email; : danielbaruch@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keadaan *work life balance*, insentif dan kepuasan kerja karyawan serta mengetahui pengaruh *work life balance* dan insentif terhadap kepuasan kerja karyawan di divisi mirai+ PT. Bank Nusantara Parhyangan Tbk Cabang Sudirman Bandung baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan sampel berjumlah 94 orang responden karyawan di divisi mirai+ PT. Bank Nusantara Parhyangan Tbk Cabang Sudirman Bandung menggunakan teknik sampling *simple random*. Hasil penelitian menunjukan bahwa *work life balance* kurang baik, insentif kurang baik, kepuasan kerja kurang baik. Adapun Pengaruh *Worklife Balance* terhadap Kepuasan Kerja Karyawan adalah sebesar 64,2% Pengaruh Insentif terhadap Kepuasan Kerja Karyawan adalah sebesar 67,6%. Sedangkan pengaruh simultan *Worklife Balance* dan Insentif terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Pengaruh tersebut sebesar 70%.

Kata Kunci: *work life balane*, insentif, kepuasan kerja

ABSTRACT

This study aims to determine the state of work life balance, incentives and job satisfaction of employees and find out the effect of work life balance and incentives on employee job satisfaction in the Mirai + PT. Bank Nusantara Parhyangan Tbk Branch Sudirman Bandung both partially and simultaneously. This research was conducted using quantitative descriptive method, with a sample of 94 employee respondents in the mirai + PT. Bank Nusantara Parhyangan Tbk Sudirman Bandung Branch uses simple random sampling technique. The results of the study show that work life balance is not good, incentives are not good, job satisfaction is not good. The Effect of Worklife Balance on Employee Job Satisfaction is 64.2%. The Effect of Incentives on Employee Job Satisfaction is 67.6%. While the effect of simultaneous Worklife Balance and Incentives on Employee Job Satisfaction. The effect is 70%.

Keywords: *work life balance*, insentive, job satisfaction

1. PENDAHULUAN

Dalam rangka mendapatkan sumber daya manusia yang berkualitas, perbankan akan melakukan seleksi ketat dalam menerima karyawan baru. Tidak mudah dalam mendapatkan karyawan yang memiliki komitmen dan integritas tinggi bagi perusahaan dan turut serta dalam meningkatkan kemajuan suatu industri perbankan. Semua perusahaan dituntut memiliki sumber daya manusia yang terampil dalam menjalankan tugasnya dan memiliki motivasi tinggi bagi perusahaannya begitu pula industri perbankan.

Manajemen sumber daya manusia ditujukan untuk mendapatkan, melatih mengelola dan mempertahankan karyawan yang memiliki kinerja dan prestasi. Banyak alasan karyawan memilih bergabung dengan perusahaan lain yaitu mencari gaji yang lebih tinggi, mencari posisi yang lebih tinggi, ingin suasana bekerja yang lebih kondusif, mencari tempat kerja yang lebih dekat dengan tempat tinggalnya dan alasan lainnya. Maka dari itu perusahaan harus dapat memelihara karyawannya agar merasa puas bekerja di perusahaan tersebut.

Persaingan dalam dunia perbankan untuk memperebutkan karyawan berkualitas semakin hari semakin ketat, sehingga banyak cara dilakukan untuk merekrut karyawan yang berkualitas tersebut. Mulai dari karyawan yang telah bekerja untuk mengajak teman atau keluarganya untuk bekerja juga pada perusahaan tersebut, menghubungi pegawai dari perusahaan lain dengan menawarkan fasilitas dan gaji yang lebih tinggi hingga membuka *booth* dalam *event job fair* untuk perekrutan secara besar besaran.

Karyawan dapat bertahan di suatu perusahaan meskipun gaji dan fasilitas yang diperoleh tidak lebih baik dari perusahaan lain adalah karyawan yang merasa puas dengan tempatnya bekerja saat ini. Kepuasan kerja karyawan menjadi standar tersendiri bagi karyawan agar tetap setia pada tempatnya bekerja. PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk. Cabang Sudirman merupakan salah satu bank swasta yang berada di Kota Bandung yang selalu berusaha menjaga kepuasan kerja karyawannya dengan cara memberikan insentif, kendaraan dinas, uang makan dan lain sebagainya dengan

harapan karyawannya memiliki integritas tinggi pada perusahaan.

PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk. Cabang Sudirman Bandung merupakan salah satu bank terpercaya yang bergerak di industri mikro dimana sebagian besar nasabahnya berprofesi sebagai pedagang. Dalam meningkatkan profesionalisme para karyawannya dalam pelayanan terhadap nasabah, perusahaan mulai memperhatikan keseimbangan kerja karyawannya. Pada tanggal 23 Januari 2016 PT Bank Nusantara Parahyangan membuka divisi Mirai+ yang tugasnya adalah mengurus aplikasi pengajuan, penagihan yang menunggak, *follow up*, *BIchecking*, dan lain-lain melalui telepon agar proses lebih cepat. Di samping untuk mempercepat proses pengajuan pinjaman ternyata terjadi berbagai macam masalah. Seperti hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak Divisi Mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk. Cabang Sudirman pada tanggal 5 Januari 2018 pukul 13.10 yang diwakili oleh *customer service* yang bernama Yoga Aditya menjelaskan bahwa masalah yang timbul adalah jumlah nasabah yang menunggak hingga 5% dari 48.000 pengajuan, nasabah yang pembayaran lancar tidak ditawarkan kembali dan malah menawarkan nasabah baru yang belum tentu melakukan pembayaran lancar serta strategi perusahaan yang menaikkan bunga dari 48% menjadi sebesar 56% dan fee dari 3% menjadi sebesar 8% sehingga staf *marketing* tidak gencar seperti pada awal pembukaan, imbas yang terjadi adalah banyak karyawan merasa terbebani dengan kebijakan tersebut dan penetapan target, sehingga muncul masalah lain yaitu meningkatnya jumlah karyawan yang mengundurkan diri.

Sumber daya manusia adalah hal terpenting dalam jalannya sebuah perusahaan maka perusahaan harus membuat karyawan merasa puas bekerja di perusahaan tersebut. Hasibuan (2010) dalam Ganaphati (2016:127) mengungkapkan bahwa “kepuasan kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Sikap ini dicerminkan oleh moral kerja, kedisiplinan dan prestasi kerja”. Maineldi *et.al* (2014) menyatakan bahwa

“Sebuah perusahaan dengan tingkat *turnover* yang tinggi memiliki tantangan khusus bagi pengembangan sumber daya manusia karena kejadian-kejadian tersebut tidak dapat diperkirakan. Kegiatan-kegiatan pengembangan harus mempersiapkan setiap saat pengganti karyawan yang keluar”.

Tabel 1.1
Data *Turnover* Karyawan (Keluar Masuk) Divisi Mirai+ PT Bank Nusantara
Parahyangan Tbk. Cab. Sudirman Tahun 2016 – 2017

Bulan	2016			2017		
	IN	OUT	Jumlah Karyawan	IN	OUT	Jumlah Karyawan
Januari	19	1	118	8	-	152
Februari	-	1	117	-	1	151
Maret	1	-	118	-	1	150
April	1	-	118	-	1	149
Mei	-	2	117	1	1	149
Juni	7	1	145	3	-	152
Juli	-	1	142	-	1	151
Agustus	1	1	142	-	8	140
September	2	-	144	-	13	136
Oktober	-	-	144	1	1	136
November	-	-	144	-	4	128
Desember	4	2	146	-	1	121
Total	36	9		13	36	

Sumber: Data Ditolak Pemula, 2018.

Setelah perubahan kebijakan mengenai bunga dan kebijakan atas fee, terjadi lonjakan angka *turnover* karyawan yang tinggi terutama pada bulan september 2017 sebanyak 13 orang karyawan mengundurkan diri dari perusahaan. Angka tersebut merupakan tertinggi selama 2 tahun terakhir.

Dilakukan juga prasurevey mengenai kepuasan kerja karyawan di divisi mirai+ pra survey dilakukan kepada 31 orang responden pada tanggal 29-30 januari 2018, diperoleh hasil bahwa 58, 1% tidak puas dengan apa yang dia peroleh selama bekerja dan 67,7% merasa tertekan dengan pekerjaannya, sehingga berkeinginan untuk mengundurkan diri. Dilakukan juga prasurevey mengenai *work life*

balance diperoleh hasil bahwa 51,6% karyawan merasa tidak memiliki keseimbangan waktu kerja karena masih harus melakukan lembur pada hari sabtu dan minggu.

Ramdhani dalam Ganaphati (2016;126) *Work life balance* adalah kemampuan seseorang untuk menyeimbangkan antara tuntutan pekerjaan dengan kebutuhan pribadi dan keluarga. Selain *work life balance* insentif juga merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan seorang karyawan. Sejalan dengan teori Anggarawan (2015:51) “insentif merupakan balas jasa diluar gaji yang diberikan kepada karyawan berdasarkan hasil kerja dengan maksud agar karyawan mau bekerja dengan lebih baik dan agar mampu mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi, sehingga seseorang mau bekerja dengan sungguh-sungguh jika didalam dirinya terdapat semangat kerja yang tinggi. Pemberian insentif ditujukan agar dapat memenuhi kebutuhan para karyawan dan keluarganya.”

Fenomena yang terjadi di PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk cabang sudirman khususnya divisi mirai+ mengenai pelaksanaan program insentif ini belum memberikan efek kepuasan semenjak terjadi perubahan kebijakan dengan meningkatkan target pencairan fee dari 3% menjadi 8%.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh *Work Life Balance* dan Insentif Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di Divisi Mirai+ PT. Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Sudirman Bandung**”

2. KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Kerja Karyawan

Kepuasan kerja merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan hidup, karena sebagian besar waktu manusia dihabiskan di tempat kerja. Berikut ini beberapa pengertian kepuasan kerja yang diambil dari beberapa sumber: Kondisi menyenangkan atau secara emosional positif yang berasal dari penilaian seseorang atas pekerjaannya atau pengalaman kerjanya (Setiawan dan Ghazali, 2006:159). Suatu perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang merupakan hasil dari sebuah evaluasi karakteristiknya (Robbins & Judge, 2008:107). Keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan mana para karyawan memandang pekerjaan mereka. Hasil dari persepsi karyawan mengenai seberapa baik pekerjaan mereka memberikan hal yang dinilai penting (Luthans, 2006:243). Kepuasan kerja dikenal tiga teori sebagai berikut:

1. *Discrepancy Theory* (Teori Ketidaksesuaian)
Teori ini mengukur kepuasan kerja seseorang dengan menghitung selisih antara sesuatu yang seharusnya dan kenyataan yang dirasakan. Sehingga apabila kepuasandiperoleh melebihi dari yang diinginkan, maka orang akan lebih uas sehingga terdapat *discrepancy*, tetapi merupakan *discrepancy* positif. Kepuasan kerja seseorang bergantung pada selisih antara sesuatu yang dianggap akan didapatkan dengan apa yang dicapai.
2. *Equity Theory* (Teori Keadilan)
Teori ini mengemukakan orang akan merasa puas/tidak puas, bergantung pada ada/tidaknya keadilan (*equity*) dalam situasi, khususnya situasi kerja. Menurut teori ini, komponen utama dalam teori keadilan adalah input hasil, keadilan, dan ketidakadilan.
3. *Two Factor Theory* (Teori Dua Faktor)
Menurut teori ini, kepuasan kerja dan ketidakpuasan kerja merupakan hal berbeda. Kepuasan dan ketidakpuasan terhadap pekerjaan bukan variabel kontinu.

Karakteristik pekerjaan menurut teori dua faktor.

- a. *Satisfies/motivator*: faktor/situasi yang dibutuhkan sebagai sumber kepuasan kerja, terdiri atas pekerjaan menarik penuh tantangan ada kesempatan berprestasi, serta kesempatan memperoleh penghapusan dan promisi. Terpenuhinya faktor tersebut akan menimbulkan kepuasan namun tidak terpenuhinya faktor ini tidak selalu mengakibatkan ketidakpuasan.
- b. *Dissatisfies (Hygiene Factors)*: faktor yang menjadi sumber ketidakpuasan terdiri atas gaji/upah, pengawasan, hubungan antar pribadi, kondisi kerja, dan status. Faktor ini diperlukan untuk memenuhi dampak biologis dan kebutuhan dasar pegawai. Jika tidak terpenuhi faktor ini pegawai tidak puas. Namun, jika besarnya faktor ini memadai untuk memenuhi kebutuhan, pegawai tidak akan kecewa.

Work Life Balance

Menurut Delecta (2011:1) dalam Swarni dalam Poulouse dan Sudarsan (2014:3) "*worklife balance* sebagai sebuah kepedulian dengan memberikan ruang lingkup bagi karyawan untuk menyeimbangkan pekerjaan mereka dengan tanggung jawab dan kepentingan di luar pekerjaan".

Grzywacz dan Carlos dalam Poulouse dan Sudarsan (2014:3) mendefinisikan "*worklife balance* sebagai pemenuhan harapan bagi peran terkait yang dinegosiasikan dan dibagi antara peran-peran yang terikat dalam pekerjaan dan keluarga. Menurut Kirchmayer dalam Kalliath dan Brough (2008) "*worklife balance* adalah tercapainya kepuasan disemua aspek kehidupan dan hal tersebut membutuhkan tenaga, waktu, dan komitmen yang didistribusikan dengan baik ke semua bagian".

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *worklife balance* merupakan keseimbangan antara peran dan tanggung jawab di dalam pekerjaan maupun di luar pekerjaan (rumah tangga dan kehidupan sosial) yang berjalan secara harmonis tanpa mengorbankan

kepentingan salah satunya serta tercapainya kepuasan aspek kehidupan.

Insentif

Berhasilnya pencapaian keuntungan sesuai rencana strategi bisnis, merupakan wujud dari eksistensi organisasi atau perusahaan sejenis. Eksistensi seperti itu sangat tergantung pada pembayaran upah atau gaji dan insentif lainnya yang sesuai atau layak dengan pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kerja lingkungannya, bukan pada pekerjaan yang diperintahkan untuk dikerjakannya. Pekerjaan yang diperintahkan belum tentu dikerjakan, bilamana motivasi untuk mengerjakannya rendah. Salah satu faktor yang sangat besar pengaruhnya pada motivasi kerja. Menurut Sirait (2006: 200), insentif merupakan sesuatu yang mendorong atau mempunyai kecenderungan merangsang suatu kegiatan. Insentif adalah motif-motif dan imbalan-imbalan yang dibentuk untuk memperbaiki produksi.

Menurut Hasibuan (2013:118) mengemukakan pengertian insentif adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan tertentu yang prestasinya di atas prestasi standar. Insentif ini merupakan alat yang dipergunakan pendukung prinsip adil dalam pemberian kompensasi.

Menurut Sofyandi (2008:159) mengemukakan insentif merupakan salah satu bentuk dari kompensasi langsung. Insentif adalah imbalan langsung yang dibayarkan kepada karyawan karena kinerjanya melebihi standar yang ditentukan. Dari pengertian insentif di atas memang berbeda-beda pengungkapannya antara yang satu dengan yang lainnya, akan tetapi memiliki makna yang sama, yaitu penghargaan atau ganjaran yang diberikan untuk memotivasi tenaga kerja agar prestasi kerjanya tinggi, sifatnya tidak tetap atau sewaktu-waktu akan berubah.

Kerangka Pikir

Kepuasan kerja adalah salah satu faktor yang menyebabkan karyawan tidak puas dengan pekerjaannya saat ini. Menurut Setiawan dan Ghazali (2006:159) “kepuasan kerja adalah kondisi menyenangkan atau secara emosional

positif yang berasal dari penilaian seseorang atas pekerjaannya atau pengalaman kerjanya”.

Indikator Kepuasan Kerja yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator menurut Saputra (2015:17), yaitu:

1. Pekerjaan itu sendiri (*work it self*)
2. Gaji (*pay*)
3. Promosi (*promotion*)
4. Pengawasan (*supervision*)
5. Rekan kerja (*workers*)

Salah satu yang mempengaruhi faktor kepuasan kerja adalah *worklife balance* yang tidak seimbang antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Menurut Delecta (2011:1) Swarni dalam Poulouse dan Sudarsan (2014:3) “*worklife balance* sebagai sebuah kepedulian dengan memberikan ruang lingkup bagi karyawan untuk menyeimbangkan pekerjaan mereka dengan tanggung jawab dan kepentingan di luar pekerjaan”

Indikator *Worklife Balance* yang digunakan pada penelitian ini adalah menurut Rachman & Savitri (2009: 224), yaitu:

1. *Social* (kehidupan keluarga, hubungan dengan orang lain)
2. *Physical* (kebugaran, gizi, kesehatan dan santai)
3. *Intellectual* (penguasaan stress dan tekanan, pengembangan diri dan proses belajar)
4. *Career* (sukses bekerja, berkarier dan kesejahteraan finansial)
5. *Emotional* (*sense of humor*, kreativitas, bermain dan *self esteem*)
6. *Spiritual* (keTuhanan, intuisi, arti dan tujuan hidup).

Selain *worklife balance*, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah insentif karena menurut Hasibuan (2013:118) “insentif adalah tambahan balas jasa yang diberikan kepada karyawan tertentu yang prestasinya di atas prestasi standar” sehingga dengan adanya insentif membuat karyawan lebih semangat dalam bekerja.

Indikator Insentif yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator menurut Sarwoto (2010:156), yaitu:

1. Insentif material
2. Insentif non material

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas, maka dibentuklah suatu model penelitiannya

yang menunjukkan bahwa Kepuasan Kerja Karyawan dipengaruhi oleh *Worklife Balance* dan Insentif. Model dalam penelitian ini, yaitu:



Gambar 1
Kerangka Pikir

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:35), metode deskriptif adalah “Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri. Jadi dalam penelitian ini tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain”.

Menurut Sugiyono (2015:8), “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Menurut Sugiyono (2014:8) “Metode verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Menurut Sugiyono (2015:80) mendefinisikan bahwa : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Divisi Mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk. Cabang Sudirman yang berjumlah 123 orang.

Sampel menurut Sugiyono (2015:81) adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu”.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan teknik *probability sampling* dan teknik *simple random sampling* yang merupakan bagian dari teknik *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2016:92) mendefinisikan bahwa “*Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Sedangkan teknik *simple random sampling* menurut Sugiyono (2016:93) adalah “Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen”. Dimana dalam penelitian ini *random sampling* yang ada di Divisi Mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk. Cabang Sudirman.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung jumlah sampel menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

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

N = Populasi

n = Sampel

e = batas toleransi kesalahan

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

$$n = \frac{123}{1 + 123 (0,05^2)}$$

$$n = 94,072657744$$

Pada penelitian ini sampel dibulatkan menjadi 94 orang

Operasionalisasi Variable

Variabel-variabel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Sugiyono (2015:38) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”

Menurut Sugiyono (2015:39), “Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.

Terdapat dua variabel independen pada penelitian ini, yaitu:

1. *Worklife Balance* (X_1), dengan indikatornya menurut Rachman & Savitri (2009: 224), yaitu:
 - a. *Social* (kehidupan keluarga, hubungan dengan orang lain)
 - b. *Physical* (kebugaran, gizi, kesehatan dan santai)
 - c. *Intellectual* (penguasaan stress dan tekanan, pengembangan diri dan proses belajar)
 - d. *Career* (sukses bekerja, berkarier dan kesejahteraan finansial)
 - e. *Emotional* (*sense of humor*, kreativitas, bermain dan *self esteem*)
 - f. *Spiritual* (keTuhanan, intuisi, arti dan tujuan hidup).
2. Insentif dengan indikatornya menurut Sarwoto (2010:156), yaitu:
 - a. Insentif material
 - b. Insentif non material

Menurut Sugiyono (2015:39), “Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Terdapat satu variabel dependen pada penelitian ini yaitu Kepuasan Kerja Karyawan (Y), dengan indikatornya menurut Saputra (2015:17), yaitu:

1. Pekerjaan itu sendiri (*work it self*)
2. Gaji (*pay*)
3. Promosi (*promotion*)
4. Pengawasan (*supervision*)
5. Rekan kerja (*workers*)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner terhadap 94 responden karyawan divisi mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Sudirman Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh :

Tabel 2 Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase
Lama Bekerja	1-5 tahun	59	62,77%
	6-10 tahun	33	35,11%
	>10 tahun	2	2,13%
	Jumlah	94	100%
Jenis kelamin	Pria	39	41,49%
	Wanita	55	58,51%
	Jumlah	94	100%
Usia	<20 tahun	2	2,13%
	21-29	51	54,26%
	30-39	35	37,23%
	40-49	6	6,38%
	Jumlah	94	100%
Penghasilan	2jt-3jt	12	12,77%
	3,1jt-5jt	46	48,94%
	>5jt	36	38,30%
	Jumlah	94	100%

Pendidikan	SMK/SLA	21	22,34%
	D3	13	13,83%
	S1	57	60,64%
	S2	3	3,19%
	Jumlah	94	100%

Sumber : data primer diolah (2017)

Hasil Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada 94 responden karyawan divisi mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Sudirman. Diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3 tanggapan responden

No	Variable	Rata - Rata Skor	Rata - Rata	Kategori
1	<i>Work Life Balance</i>	5885	3,26	Kurang baik
2	Insentif	3534	3,21	Kurang baik
3	Kepuasan Kerja	5208	3,25	Kurang baik

Sumber : olah data penulis (2017)

Berdasarkan tabel 3 dapat ditarik kesimpulan bahwa tanggapan responden mengenai *Work Life Balance*, insentif dan kepuasan kerja kurang baik.

Pembahasan

Pengaruh *work life balance* terhadap kepuasan kerja karyawan divisi mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Sudirman

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,813 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi hipotesis pertama yang penulis ajukan dalam BAB 2, yakni secara parsial *Worklife Balance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Pengaruh *Worklife Balance* terhadap Kepuasan Kerja Karyawan adalah sebesar 64,2%, sedangkan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal ini berkesinambungan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh I Made Devan Ganaphati (2016) yang mengatakan *Worklife Balance* berpengaruh

secara simultan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Bio Farma (Persero) sebesar 42,2%.

Pengaruh insentif terhadap kepuasan kerja karyawan divisi mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Sudirman

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,329 > 1,661$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi hipotesis pertama yang penulis ajukan dalam BAB 2, yakni secara parsial Insentif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Pengaruh Insentif terhadap Kepuasan Kerja Karyawan adalah sebesar 67,6%, sedangkan sisanya sebesar 32,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal ini berkesinambungan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shelvia Putri Andiri (2017) bahwa insentif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan pada AJB Bumi Putera 1912 Cabang Pekanbaru.

Pengaruh *work life balance* dan insentif terhadap kepuasan kerja karyawan divisi mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan Tbk Cabang Sudirman

Berdasarkan uji F dapat diketahui nilai signifikan variabel *Worklife Balance* dan Insentif adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar 113,272 hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai $F_{tabel} = 3,08$ yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* $df1 = k = 2$ dan $df2 = n-k-1 = 94-2-1 = 91$ sehingga keputusan hipotesisnya yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa *Worklife Balance* dan Insentif memiliki pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Pengaruh tersebut sebesar 70% terhadap Kepuasan Kerja Karyawan, sedangkan sisanya sebesar 30% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Koefisien korelasi antara *Worklife Balance* (X_1) dan Insentif (X_2) dengan Kepuasan Kerja Karyawan (Y) adalah sebesar 0,837 atau 83,7%. Hal ini menunjukkan bahwa *Worklife Balance* (X_1) dan Insentif (X_2) memiliki hubungan yang kuat dengan Kepuasan kerja Karyawan (Y), karena nilai koefisien korelasi

berganda berada pada interval 0,80 – 1,00 yang menyatakan hubungan sangat kuat. Sejauh yang diketahui oleh peneliti belum ditemukan penelitian yang menyatakan bahwa *Worklife Balance* dan Insentif secara simultan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

5. KESIMPULAN

Setelah dilakukannya penelitian yang berjudul Pengaruh *Worklife Balance* dan Insentif terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada Divisi Mirai+ PT Bank Nusantara Parahyangan TBK Cabang Sudirman, maka dapat diperoleh kesimpulan dari peneliti sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian tanggapan responden secara keseluruhan mengenai *Worklife Balance* diketahui baik. Nilai skor rata-rata tertinggi ada di dalam pernyataan “Saya dapat mengikuti aktivitas pengembangan diri seperti kursus diluar perusahaan”. Sedangkan skor rata-rata terendah ada didalam pernyataan “Saya mempunyai hubungan yang baik dengan teman-teman di luar perusahaan”.
2. Berdasarkan hasil penelitian tanggapan responden secara keseluruhan mengenai Insentif diketahui baik. Nilai skor rata-rata tertinggi ada di dalam pernyataan “Saya mendapatkan komisi dari keuntungan perusahaan”. Sedangkan skor rata-rata terendah ada didalam pernyataan “Perusahaan selalu memberikan pujian secara lisan atas kinerja yang baik”.
3. Berdasarkan hasil penelitian tanggapan responden secara keseluruhan mengenai Kepuasan Kerja Karyawan diketahui baik. Nilai skor rata-rata tertinggi ada di dalam pernyataan “Saya merasa pekerjaan yang saya kerjakan berkualitas”. Sedangkan skor rata-rata terendah ada didalam pernyataan “Gaji yang saya terima sesuai dengan harapan saya”.
4. Berdasarkan hasil penelitian diketahui uji t *Worklife Balance* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan, dengan demikian hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti pada bahwa *Worklife Balance* berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja Karyawan dapat diterima.
5. Berdasarkan hasil penelitian diketahui uji t Insentif berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan, dengan demikian hipotesis yang telah dibuat oleh peneliti pada bahwa Insentif berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja Karyawan dapat diterima.
6. Besarnya pengaruh *Worklife Balance* (X_1) dan Insentif (X_2) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y), yaitu:
 - a. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi berganda diperoleh bahwa terjadi hubungan yang kuat antara *Worklife Balance* (X_1) dan Insentif (X_2) terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Y).
 - b. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi berganda diperoleh bahwa persentase kontribusi pengaruh *Worklife Balance* dan Insentif terhadap Kepuasan Kerja Karyawan sebesar 70%.
 - c. Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan uji F dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara *Worklife Balance* dan Insentif terhadap Kepuasan Kerja Karyawan.

REFERENSI

- Anggriawan, Koko Happy. Djamhur Hamid, M. Djudi Mukzam. *Pengaruh Insentif dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan CV Suka Alam (Kaliwatu Rafting) Kota Batu, Jawa Timur)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 28 No. 1. November 2015.
- Delecta, P. 2011. *Work life balance*. International Journal of Current Research 3(4).
- Ganapathi, I Made Devan. 2016. *Pengaruh Work-Life Balance Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Studi pada PT. Bio Farma Persero)*. Ecodemica, 4(1),125-135. Retrieved from Jurnal Ecodemica.
- Hasibuan, Malayu. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara

-
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh. Yogyakarta: PT. Andi
- Maineldi , Andromike. Susi Hendriani. Iwan Nauli Daulay. 2014. *Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Jatim Jaya Perkasa Kebun Banjar Balam Indragiri Hulu*. JOM FEKON Vol. 1, No. 2.
- Pouluse, S., & N, Sudarsan. 2014. *Work-Life Balance: A Conceptual Review*. International Journal of Advances in Management and Economics 3: 1-17
- Rachman, Eileen dan Sylvina Savitri. *Kontrol Diri*. <http://www.experd.com/news-articles/articles/127>. Diakses Pada Tanggal 11 Februari 2018.
- Robbins, Stephen P dan Timoty A Judge. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, Ivan Aries dan Imam Ghozali. 2006. *Akuntansi Keperilakuan Konsep dan Kajian Empiris Perilaku Akuntan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sirait, T. Justin. 2006. *Memahami Aspek-aspek Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sofyandi, Herman. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

ANALISIS FAKTOR STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN PENANAMAN MODAL ASING DI INDONESIA

Elok Faiqoh

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

email : elokfaiqohhimmah@unibi.ac.id,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu kepemilikan manajerial dan ketidakpastian pajak. Populasi penelitian ini terdiri dari semua perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari 2012-2016. Sampel penelitian ini adalah perusahaan pemilik modal asing yang ada di Indonesia. Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, dan pajak ketidakpastian tidak berpengaruh signifikan terhadap struktur modal.

Kata kunci: struktur modal, kepemilikan manajerial, ketidakpastian pajak, dan Perusahaan Penanaman Modal Asing

Abstract

This study aims to examine the factors that influence capital structure. This study uses independent variables namely managerial ownership, while the control variables are effective tax rates, profit growth, return on assets, company size, current ratio, capital intensity, and inventory intensity. The study population consisted of all non-financial companies listed on the Indonesia Stock Exchange from 2012-2016. The sample of this study is a company that foreign investment company in Indonesia. The statistical method used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that managerial ownership, and tax uncertainty have no significant effect on capital structure.

Keywords: capital structure, managerial ownership, tax uncertainty, foreign investment company

1. PENDAHULUAN

Perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnis baik secara operasional maupun non operasional tentu membutuhkan pendanaan. Pada saat perusahaan didirikan tentu penentuan awal pada modal yang akan digunakan, apakah membutuhkan modal dari pendanaan internal atau pendanaan eksternal. Pendanaan internal yang dimaksud merupakan pendanaan secara langsung dari kepemilikan pribadi atau atas modal saham, sedangkan pendanaan eksternal merupakan hutang jangka panjang. Seperti yang dikatakan oleh Riyanto (2001:209) Sumber pendanaan perusahaan bisa berasal dari internal dan eksternal perusahaan. Setiap keputusan yang diambil oleh perusahaan untuk memilih sumber pendanaan tentu memiliki sisi konsekuensinya. Sisi positif perusahaan yang mengutamakan pendanaan internal yaitu dapat mengurangi ketergantungannya dengan pihak luar. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu sangat tidak mungkin perusahaan tidak ingin berkembang, sehingga semakin berkembang perusahaan akan semakin banyak pendanaan internal telah teralokasikan ke berbagai macam kegiatan baik operasional maupun non operasional. Hal ini yang mendorong perusahaan akan menggunakan dana yang berasal dari luar, baik dari hutang maupun dengan mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan dananya.

Hal ini merupakan strategi perusahaan dalam mempertimbangkan manajemen keuangan. Struktur modal merupakan faktor fundamental dalam menentukan manajemen keuangan yang efisien dan efektif. Bas *et al* (2009) menyatakan bahwa tata kelola keuangan dalam rangka membiayai kegiatan operasional perusahaan dan investasi perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan laba dengan menentukan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan penentuan proporsi utang jangka panjang dan ekuitas. Penentuan proporsi tersebut merupakan langkah dalam menyusun struktur modal, dimana struktur modal ditentukan berdasarkan kebijakan pembelanjaan baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Bradley *et al* (1984) dalam tulisannya menjelaskan mengenai tiga unsur penting dalam struktur modal, yaitu:

(1) muncul biaya modal yang artinya adanya kewajiban untuk membayar balas jasa atas penggunaan modal kepada pihak yang menyediakan dana, (2) terdapatkah wewenang pihak yang menyediakan dana baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mengelola perusahaan, (3) berapa besar resiko yang diambil dalam penentuan proposi antara utang dan modal dalam pendanaan.

Pengambilan keputusan tentang sumber pendanaan yang tepat yang terdiri dari utang dan modal sendiri merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan, karena keputusan tersebut menentukan nilai perusahaan baik dalam meningkatkan laba maupun dalam performa perusahaan. Seperti teori struktur modal yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller (1958) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh struktur modal pada nilai perusahaan. Akan tetapi, Modigliani dan Miller (1963) telah mengembangkan teorinya dengan memasukkan unsur pajak dan biaya kebangkrutan, sehingga struktur modal memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Bringham & Houston (2006) dalam bukunya mengatakan bahwa ada kaitan erat antara struktur modal dengan penentuan proporsi modal dan hutang dalam penggunaannya untuk pertumbuhan dan peningkatan nilai perusahaan. Melihat teori yang diungkapkan oleh Modigliani dan Miller (1963) dapat dikatakan bahwa struktur modal merupakan kebijakan yang kompleks dan dapat dijadikan sebagai salah satu faktor dalam menentukan nilai perusahaan.

Modigliani – Miller (1963) dalam artikelnya yang berjudul “*Taxes and the Cost of Capital: A. Correction*” mengatakan bahwa dengan meningkatnya hutang (leverage) akan meningkatkan nilai perusahaan karena efek dari corporate *tax rate shield*. Asumsi ini disebabkan keadaan pasar sempurna dan adanya beban pajak, dengan hutang tinggi terdapat komponen bunga yang harus dibayarkan untuk mengurangi penghasilan kena pajak dengan kata lain bersifat *tax deductible*. Teori tersebut bertentangan dengan implikasi yang sebenarnya, karena pada dasarnya tidak ada pasar sempurna dan tidak ada perusahaan yang menggunakan hutang sebesar-besarnya. Ketidak sempurnaan

pasar modal menyebabkan pemilik perusahaan meningkatkan performa perusahaan dengan tidak menggunakan hutang (*leverage*) yang ekstrim, karena akan mempengaruhi keputusan investasi oleh investor. Dengan kata lain, *leverage* tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Selain itu, pasar modal tidak sempurna besar kemungkinan akan muncul biaya kebangkrutan (Badhuri, 2009). Kritik tersebut sejalan dengan teori Myers dan Majluf (1984), bahwa perusahaan cenderung mengutamakan sumber pendanaan internal pada ekuitas terlebih dahulu, dan apabila memerlukan sumber pendanaan eksternal (*eksternal financing*) maka sebisa mungkin perusahaan akan membatasi proporsi hutang tersebut.

Hadianto & Tayana (2010) mengungkapkan bahwa struktur modal merupakan cermin mengenai baik tidaknya pendanaan perusahaan, baik keputusan keuangan yang berkaitan dengan komponen hutang jangka panjang, jangka pendek, saham preferen, dan saham biasa yang dijadikan sebagai sumber pendanaan perusahaan. Setiap penentuan struktur modal berpengaruh terhadap resiko yang ditanggung pemilik perusahaan atau pemegang saham serta dapat mempengaruhi besarnya *return* yang diharapkan.

Beberapa penelitian telah menguji secara empiris mengenai struktur modal pada perusahaan di negara berkembang. Kebanyakan penelitian menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan struktur modal. Setiap faktor memiliki pengaruh yang berbeda-beda tergantung pada jenis perusahaan dan yuridiksi perusahaan tersebut beroperasi.

Penelitian yang dilakukan Faizul *et al* (2009) di negara-negara berkembang menemukan hubungan positif antara *leverage* dengan *growth opportunity*. Setiap negara memiliki struktur institusional yang berbeda mengenai aturan penggunaan proporsi utang dan modal, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian setiap yuridiksi berbeda. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Faizul *et al* (2009) menyebutkan bahwa yang membedakan penetapan struktur modal adalah kebijakan masing-masing negara mengingat penentuan

struktur modal akan mempengaruhi besarnya pajak yang dibebankan ke perusahaan, hanya saja variabel-variabel yang mempengaruhi struktur modal sifatnya sama pada setiap negara. Hasil penelitian Faizul *et al* (2009) menunjukkan bahwa semakin tinggi profit dari perusahaan, maka semakin kecil rasio hutangnya, terlepas dari bagaimana pendefinisian mengenai rasio hutang tersebut.

D'Mello *et al* (2018) dalam penelitiannya di perusahaan-perusahaan Amerika Serikat membuktikan bahwa struktur modal memiliki korelasi negatif dengan *growth*, *profitability*, *return on assets*, *leverage ratios*, dan berhubungan positif dengan *size industry* dan *government policy*. Thippayana (2014) yang meneliti di perusahaan-perusahaan publik di Thailand selama periode 2000 – 2011 menunjukkan bahwa terdapat unsur utama yang mampu mempengaruhi struktur modal, yaitu biaya kebangkrutan, *non-debt tax shield*, *agency cost*, *asymmetric information*, dan pasar modal. Namun, dari hasil penelitian yang memiliki pengaruh signifikan negatif adalah *profitability* dan *tangibility*, sedangkan *size perusahaan* memiliki korelasi positif.

Pengujian yang dilakukan di beberapa negara di Eropa oleh Manninen (2017) setelah krisis tahun 1997 menghasilkan penelitian mengenai faktor-faktor struktur modal, dimana *profitability*, *firm size*, *tangibility*, dan *growth opportunities* sangat berpengaruh terhadap struktur modal. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rajan dan Luigi (1995) dengan judul “*What do we know about capital structure? Some evidence from international data*” pada negara-negara G-7, yaitu Amerika, Jepang, Jerman, Perancis, Itali, Inggris, dan Kanada, bahwa *profitability* berkorelasi negatif dengan struktur modal.

Octavia (2008) meneliti bagaimana perusahaan perbankan menerapkan struktur modal khususnya di negara-negara berkembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal perusahaan perbankan memiliki faktor-faktor yang tidak jauh berbeda dengan perusahaan non perbankan. Pada dasarnya penilaian struktur modal digunakan sebagai acuan dalam menilai performance perbankan.

Penelitian di Cina juga dilakukan oleh Liang et al (2014), di sektor properti dan konstruksi yang menemukan bahwa saham milik negara, nilai aset tetap, jumlah total aset dan profitabilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap rasio leverage perusahaan properti yang terdaftar di China. Penelitian Fan et al (2012) melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi struktur modal, ada variabel yang cukup unik yaitu lingkungan kelembagaan negara mengenai kebijakan-kebijakan dalam bidang industri terhadap struktur modal. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fan et al (2012) menemukan bahwa sistem hukum dan pajak negara, korupsi, dan saham preferensi dapat mempengaruhi rasio leverage dan debt maturity. Selain itu, Fan et al (2012) menemukan hasil bahwa di negara-negara korup dengan undang-undang yang lebih lemah cenderung menggunakan lebih banyak utang, terutama utang jangka panjang. Hal ini dikarenakan dengan semakin tingginya utang, perusahaan dapat mengurangi beban pajak yang dibayarkan.

Di Indonesia telah banyak dilakukan penelitian mengenai struktur modal baik pada perusahaan berskala besar. Santika dan Bambang (2011) telah melakukan penelitian mengenai faktor penentu struktur modal dengan menggunakan 3 faktor sebagai variabel independen yaitu, pertumbuhan penjualan, struktur aktiva, dan profitabilitas. Hasil dari penelitian yang memiliki nilai signifikan adalah pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Selanjutnya pada tahun berikutnya Zuliani & Nur (2014) juga melakukan penelitian mengenai indikator-indikator yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di bursa efek Indonesia, dimana pertumbuhan penjualan, profitabilitas, struktur asset, dan tingkat pertumbuhan sama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal. Handayani (2013) juga melakukan penelitian mengenai struktur modal antara perusahaan Penanaman Modal Asing dan perusahaan domestik. Berdasarkan uji beda yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa pendanaan pada perusahaan Penanaman Modal Asing berbeda dengan perusahaan domestik,

Perusahaan Penanaman Modal Asing dibandingkan perusahaan domestik memiliki keunggulan dalam hal pendanaan karena perusahaan Penanaman Modal Asing memiliki peluang yang lebih banyak untuk memperoleh sumber dana yang berasal dari negara di mana tempat perusahaan itu berada, sehingga hal ini berdampak pada perbedaan struktur modal perusahaan Penanaman Modal Asing.

Firmanullah (2017) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal, dimana ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, struktur aset, ukuran perusahaan, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, pertumbuhan penjualan, pertumbuhan perusahaan, risiko bisnis, *operating leverage*, dan kontrol kepemilikan sebagai variabel yang mempengaruhi struktur modal. Firmanullah (2017) menjelaskan bahwa struktur modal merupakan masalah yang penting bagi perusahaan, karena struktur modal optimal akan berpengaruh langsung pada posisi keuangan perusahaan yang akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Kunci utama keberhasilan perusahaan adalah manajemen keuangan yang baik. Dalam hal ini manajer keuangan sebagai peran utama dalam mengatur manajemen keuangan yang bisa diaplikasikan dengan struktur modal. Kesalahan dalam menentukan struktur modal dapat mengakibatkan akan berdampak luas terutama apabila perusahaan terlalu besar dalam menggunakan utang, sehingga beban tetap yang harus ditanggung perusahaan semakin besar pula.

Rahmawardani (2007) melakukan penelitian mengenai struktur modal pada perusahaan perbankan yang menyatakan bahwa pada perbankan harga saham yang terjadi sering kali berfluktuasi bahkan terkadang sulit untuk diprediksi. Rahmawardani (2007) melakukan penelitian untuk menentukan struktur modal dengan menggunakan teori trade-off dan pecking order. Hasil penelitian tersebut adalah likuiditas dan pertumbuhan penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap struktur modal, sedangkan untuk risiko bisnis dan profitabilitas

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap struktur modal.

Penelitian ini akan menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi struktur modal, diantaranya Penanaman Modal Asing, kepemilikan institusional, ketidakpastian perpajakan, *Effective Tax Rate*, pertumbuhan laba (*growth profit*), profitabilitas, return on asset, ukuran perusahaan, current ratio, intensitas modal, dan intensitas persediaan. Penelitian ini fokus pada perusahaan Penanaman Modal Asing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Motivasi peneliti melakukan penelitian pada perusahaan penanaman modal asing untuk menilai bagaimana perusahaan tersebut dalam mengatur manajemen keuangan dengan membatasi proporsi hutang dan modal.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Pemikiran

Pengaruh Kepemilikan Managerial memiliki pengaruh terhadap struktur modal

Kepemilikan manajerial memiliki peranan penting terhadap manajemen keuangan, salah satunya struktur modal. Hal ini bertentangan dengan pendapat Jensen (1992) yang mengidentifikasi bahwa peningkatan *insider ownership* akan mensejajarkan kepentingan antara pemegang saham dan manajer, sehingga kepemilikan manajerial bisa menggantikan peranan hutang dalam mengurangi *agency cost*. Peranan kepemilikan manajerial dapat menentukan besar kecilnya struktur modal.

H₁: Kepemilikan Managerial perusahaan Penanaman Modal Asing berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal

2.2 Pengaruh Ketidakpastian Pajak Pengaruh terhadap Struktur Modal

Fama (1998) mengatakan bahwa ketidakpastian pajak dapat digunakan manajemen perusahaan sebagai alat untuk mengukur proporsi hutang dan modal (struktur modal). Ketidakpastian pajak berpengaruh terhadap struktur modal didukung oleh teori Modigliani-Miller (1958) dimana motivasi meningkatkan hutang atas pengurangan beban

pajak. Sehingga dengan adanya penentuan struktur modal dapat digunakan sebagai pengurang beban pajak.

H₂: Ketidakpastian Pajak (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Struktur Modal (Y)

3. METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini terdiri dari semua perusahaan non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari 2012-2016. Sampel penelitian ini adalah perusahaan pemilik modal asing yang ada di Indonesia.

3.2. Metode Analisis Data

Metode penelitian ini menggunakan cross section dan time series selama kurun waktu 2012-2016 dengan kata lain penelitian menggunakan data panel. Penelitian ini menggunakan regresi berganda, dimana alat regresi yang digunakan adalah *eviews 10*. Penelitian menggunakan data sekunder pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia dengan samplingnya adalah perusahaan penanaman modal asing.

3.2.1. Koefisien Regresi Linier Berganda

Model yang digunakan dalam penelitian ini diadaptasi dan dimodifikasi dari model penelitian yang dikembangkan oleh D'Mello (2018). Penelitian ini telah dimodifikasi dengan menambahkan unsur perpajakan, mengingat teori Modigliani – Miller (1963) perbaikan dari teori sebelumnya yang menyatakan bahwa struktur modal akan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan jika terdapat pengurangan perpajakan. Sehingga, penelitian sebelumnya tidak ada variabel ketidakpastian pajak dan *effective tax rate*, dalam penelitian ini menambahkan variabel tersebut sebagai variabel independen. Berikut merupakan model penelitian ini:

$$STRM_{i,t} = \alpha_0 + \beta_1 KEPM_{i,t} + \beta_2 UNCERT_{i,t} + e_{i,t}$$

$STRM_{i,t}$ = Nilai *Debt to equity* untuk perusahaan *i* di tahun *t*.

KEPMit = *Dummy variable*; “1” untuk perusahaan yang setidaknya memiliki kepemilikan manajerial yang terjun langsung dalam manajemen keuangan perusahaan, dan “0” untuk perusahaan yang hanya mengandalkan pihak manajemen yang mengolah keuangan perusahaan. **UNCERT_{it}** = *Dummy variable*; “1” untuk perusahaan yang mengeluarkan pernyataan mengenai “Ketidakpastian Pajak” dalam catatan atas laporan keuangannya, dan “0” untuk perusahaan yang tidak mengeluarkan pernyataan tersebut.

3.2.2. Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda (R) digunakan untuk menerangkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Penulis menggunakan analisis korelasi berganda multiple correlation untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2017:247).

3.2.3. Koefisien Determinasi

Nilai t tabel diperoleh dari ($df=n-k$), dengan prob 0,05. Nilai n, adalah banyaknya observasi dan nilai k adalah banyaknya variabel. Nilai t tabel diperoleh dari $df = 444 - 10 = 434$. Maka nilai t tabel adalah 1,96547051. Nilai F Tabel : ($df_1 = k - 1$), ($df_2 = n - k$). Nilai $df_1 = 10 - 1 = 9$, dan nilai $df_2 = 444 - 9 = 435$. Maka F tabel yang diperoleh adalah 1,9015581. Kesimpulan dari hasil uji f, adalah bahwa variabel independen berpengaruh secara simultan.

3.2.4. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka selanjutnya untuk menguji apakah pengaruh kepemilikan manajerial dan ketidakpastian pajak terhadap struktur modal perusahaan Penanaman Modal Asing secara parsial dilakukan uji signifikansi.

Uji parsial (uji t) merupakan uji statistik yang seringkali ditemui dalam masalah-masalah praktis statistika. Uji-t digunakan ketika informasi mengenai nilai ragam (variance) populasi tidak diketahui (Siregar, 2011:257).

Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.1. Analisis Model

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah variabel bebas yang terdiri dari Kepemilikan Manajerial dan Ketidakpastian pajak mampu mempengaruhi *debt to equity ratio* sebagai pengukuran struktur modal (variabel terikat) pada perusahaan penanaman modal asing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2016. Penelitian menggunakan data panel yang merupakan gabungan antara time series dengan cross section.

4.1.2. Pemilihan Model Estimasi Data Panel

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode panel. Terdapat tiga jenis model data panel yang tersedia yang nantinya akan dipilih salah satu model yang terbaik untuk melakukan uji hipotesis. Ketiga model tersebut adalah Common-Effect Model, Fixed-Effect Model, dan Random-Effect Model. Untuk menentukan model terbaik tersebut, maka dilakukan uji Chow Untuk Menentukan Common Effect Model atau Fixed Effect Model. Kemudian melakukan uji Hausmann untuk menentukan Fixed Effect Model Atau Random Effect Model. Kemudian setelah menentukan model terbaik yang digunakan, baru dilakukan uji model (goodness of fit test) seperti uji simultan (uji F) dan parsial (uji t). Penelitian ini menggunakan *evIEWS* versi 10.

4.1.2.1 Melakukan Uji Chow Untuk Menentukan Common Effect Model atau Fixed Effect Model

Tabel 4.1

Hasil Uji Chow *Debt to Equity Ratio*

Redundant Fixed Effects

Tests

Pool: POOL

Test cross-section fixed effects

<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
---------------------	------------------	-------------	--------------

<i>Cross-section F</i>	8.896052	(25,97)	0.0000
<i>Cross-section</i>	154.92585		
<i>Chi-square</i>	3	25	0.0000

Sumber: data diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji Chow pada tabel 4.1 diatas, menunjukan bahwa hasil masing-masing setiap signifikasi Chi-Square adalah lebih kecil dari taraf signifikasi sebesar 5% (Signifikasi Chi-Square < Sig 5%), maka disimpulkan model yang terpilih adalah Fixed Effect Model.

orrelated Random Effects -

Hausman Test

Pool: POOL

Test cross-section random effects

<i>Test Summary</i>	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
<i>Cross-section random</i>	8.157287	10	0.6135

Sumber: data diolah, 2018

4.1.2.2 Melakukan Uji Hausmann Untuk Menentukan *Fixed Effect Model* Atau *Random Effect Model*

Berdasarkan hasil uji Hauman pada tabel 4.2 diatas, menunjukan bahwa nilai probabilitas dari masing-masing uji Hausman adalah lebih besar dari taraf signifikasi sebesar 5% (nilai Probabilitas > Sig 5%), maka disimpulkan model yang terpilih adalah Random Effect Model.

4.1.2. Koefisien Determinasi

Sedangkan hasil koefisien determinasi adalah seperti yang ditunjukan bahwa Adjusted R-squared variabel dependen (*debt to equity ratio*) sebesar 0.177358. arti dari hasil penelitian tersebut adalah Variabel DER dapat dijelaskan

oleh variabel independen hanya sebesar 17%, 83% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model.

4.1.3 Hasil Regresi Data Panel dan Uji Hipotesis

Tabel 4.2
Hasil Uji Hausmant Debt to Equity Ratio

Variabel		
STRM	Coefficient	0.847357
	t-Statistic	0.522424
KEPM		0.000723
		0.001654
UNCT		0.124052
		0.223589
Adj R Square		0.177358
F Statistic		1.961405*

Sumber data: diolah 2018

Tabel 4.3
Kesimpulan Hasil Uji Regresi & Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel di atas, menunjukan bahwa pengaruh variable independen yang memiliki korelasi positif terhadap struktur modal adalah Kepemilikan Manajerial dan Ketidakpastian pajak (Uncertainty tax).

4.1.4 Pembahasan Penelitian

Korelasi positif yang ditunjukkan oleh hasil regresi atas variabel MULTI selaras dengan hasil penelitian yang diperoleh James (2016). Hasil ini juga sesuai dengan literatur pendukung yang disusun oleh Denis (2012), Frank (2009), Binsbergen (2010). Perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia yang memiliki karakteristik multinasional, korelasi yang positif dengan debt to equity ratio sebagai proxy pengukuran struktur modal, terbukti bahwa nilai Coefficient sebesar 0.097459. Hal ini dapat terjadi sebab karakter multinationality memungkinkan

mereka untuk meraih keuntungan yang lebih besar dari nilai beban bunga yang dapat dikurangkan, dengan memanfaatkan perbedaan tarif pajak antar yurisdiksi perpajakan. Hal uang menjadi motivasi perusahaan multinasional lebih memanfaatkan struktur modal dalam manajemen keuangannya karena pajak. Perusahaan multinasional sengaja menaikkan hutang untuk meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari perspektif pajak, karena dengan hutang tinggi akan beban pajak juga semakin berkurang yang disebut sebagai struktur modal optimal.

Selanjutnya, perusahaan yang terdapat kepemilikan manajerial cenderung akan mengontrol segala kebijakan manajemen keuangan, dan secara langsung memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan terutama mengenai proporsi pendanaan perusahaan. Melihat kondisi tersebut, perusahaan multinasional dengan kepemilikan manajerial berpengaruh secara positif terhadap struktur modal. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai *coefficient* antara kepemilikan manajerial terhadap struktur modal sebesar 0.000723. Hasil tersebut berarti setiap adanya kenaikan dan penurunan nilai perusahaan berdasarkan struktur modal dapat dipengaruhi oleh kepemilikan manajerial secara langsung.

Saat perusahaan Indonesia memperoleh pinjaman baik dari eksternal perusahaan maupun internal perusahaan (pemegang saham), maka pertimbangan-pertimbangan sebagai dasar pengambilan keputusan ditentukan langsung oleh kepemilikan manajerial terlepas dari ada tidaknya hubungan istimewa antara pemberi pinjaman dan perusahaan. Hasil ini selaras dengan penelitian De Jong (2008) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki peranan penting dalam mengatur proporsi hutang dan modal untuk kegiatan operasional maupun non operasional perusahaan.

Uncertainty tax dengan struktur modal memiliki arah positif, dengan nilai *coefficient* 0.124052. Hasil Penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang diperoleh Taylor (2013),

Desai dan Dharmapala (2006) dan Slemrod, 2004. Austin dan Wilson (2015) memberikan argumen bahwa perusahaan yang memiliki laporan keuangan yang tidak menjelaskan secara detail mengenai pelaporan pajak, cenderung perusahaan memiliki struktur modal yang tinggi atau bisa disebut proporsi hutang lebih tinggi dibandingkan modal atas ekuitas sendiri. Saat perusahaan Indonesia mengungkapkan ketidakpastiannya dalam menentukan nilai pajak akibat berada dalam proses hukum dengan otoritas perpajakan, secara tidak langsung struktur modal pun akan berpengaruh.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Faktor Struktur Modal dalam Perusahaan Penanaman Modal Asing, maka pada akhir penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- kepemilikan manajerial berpengaruh secara positif terhadap struktur modal dengan nilai *coefficient* antara kepemilikan manajerial terhadap struktur modal sebesar 0.000723.
- *Uncertainty tax* dengan struktur modal memiliki arah positif, dengan nilai *coefficient* 0.124052.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Anita, Handayani, I Made Sudana. 2013. Struktur Modal Perusahaan Multinasional dan Perusahaan Domestik Serta Faktor Penentu: Perbandingan Di Negara Maju dan Negara Berkembang. Tesis Program Pasca Sarjana Magister Sains Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga, Surabaya
- Arun, Haque, Faizul. Thankom Gopinath, Kirkpatrick, Colin. 2009. Corporate governance and capital structure in developing countries: a case study of Bangladesh. In: Applied Economics 43, 6, pp. 673-681. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/00036840802599909>

- Badoer, D., James, C., 2016. The determinants of long-term corporate debt issuances. *J. Financ.* 71, 457–492.
- Bas, Tugba, Gulnur Muradoglu, and Kate Phylaktis. 2009. Determinants of Capital Structure in Developing Countries. *American Economic Review* 88, 559-587
- Bhaduri, Saumitra N, 2009. “Determinants of capital structure choice: a study of the Indian corporate sector”. *Applied Financial Economics*. Vol.12. pp.655-665.
- Binsbergen, V., Jules, H., Graham, J.R., Yang, J., 2010. The cost of debt. *J. Financ.* 65 (6), 2089–2136.
- Bradley, M., Jarrell, G., Kim, E., 1984. On the existence of an optimal capital structure: theory and evidence. *J. Financ.* 39, 857–878
- Bringham & Houston, 2006. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Buku 2, Jakarta : Salemba Empat.
- De Jong, A.; R. Kabir; and T. T. Nguyen. “Capital Structure around theWorld: the Roles of Firm- and Country-Specific Determinants.” *Journal of Banking and Finance*, 32 (2008), 1954–1969.
- Denis, D., McKeon, S.B., 2012. Debt financing and financial flexibility: evidence from pro-active leverage increases. *Rev. Financ. Stud.* 26, 1897–1929
- Denis, D., McKeon, S.B., 2012. Debt financing and financial flexibility: evidence from pro-active leverage increases. *Rev. Financ. Stud.* 26, 1897–1929
- D'Mello, R., Guskin, M., 2013. Are the benefits of debt declining? The decreasing propensity of firms to be adequately levered. *J. Corp. Finan.* 29, 327–350
- D'Mello, Ranjan, Mark Gruskin, Manoj Kulchania. 2018. Shareholders valuation of long-term debt and decline in firms' leverage ratio. *Journal of Corporate Finance* 48, 352–374
- Fama, E., French, K., 1998. Taxes, financing decisions, and firm value. *J. Financ.* 53, 819–843
- Fan, Joseph P. H., Sheridan Titman, and Garry Twite. 2012. An International Comparison of Capital Structure and Debt Maturity Choices. *JOURNAL OF FINANCIAL AND QUANTITATIVE ANALYSIS* Vol. 47, No. 1, Feb. 2012, pp. 23–56
- Frank, M., Goyal, V., 2009. Capital structure decisions: which factors are reliably important? *Financ. Manag.* 38 (1), 1–37
- Graham, J., Harvey, C., 2002. How do CFOs make capital budgeting and capital structure decisions? *J. Appl. Corp. Finance* 15 (Spring), 8–23.
- Hadianto, B., & Tayana, C. (2010). Pengaruh Risiko Sistematis, Struktur Aktiva, Profitabilitas, dan Jenis Perusahaan terhadap Struktur Modal Emiten Sektor Pertambangan: Pengujian Hipotesis Static-Trade Off. *Jurnal Akuntansi*, 2 (1), 15-39
- Jensen G.R., Solberg D.P., and Zorn T.S. 1992, Simultaneous Determination of Insider Ownership, Debt, and Dividend Policies, *Journal of Financial and Quantitative Analysis* (27), Page 247-263
- Liang, Jian. Liu Fang Li. Han-Suck Song. 2014. An explanation of capital structure of China's listed property firms. *Property Management*, Volume: 32 Issue: 1,
- Manninen, Joona. 2017. Estimating the impact of corporate income tax changes to public companies' capital structure inside European Union. *Journal of Financial Economics*. 13 (2): 187–221
- Mc.Cue, Michael J. and Yasar A. Ozcan, 1992. "Determinants of Capital Structure", *Journal of Healthcare Management*, 37,3, p. 333.
- Modigliani, F. dan M. H. Miller. (1963). "Taxes and the Cost of Capital: A. Correction". *American Economic Review*. 53. Pp.433-43.
- Modigliani, F., & Miller, M.H. (1958). The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment. *The American Economic Review*, 48 (3), 261-297

-
- Myers, S. 1984. "The Capital Structure Puzzle". *Jurnal Keuangan*. Vol.39, July 1984.
- Myers, S. 1984. "The Capital Structure Puzzle". *Jurnal Keuangan*. Vol.39, July 1984.
- Myers, Stewart C., and Nicholas S Majluf, 1984. "Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have". *Journal of Financial Economics*. Vol 13. pp.187-221.
- Myers, Stewart C., and Nicholas S Majluf, 1984. "Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have". *Journal of Financial Economics*. Vol 13. pp.187-221.
- Rachmawardani, Yulinda. 2007. Analisis Pengaruh Aspek Likuiditas, Risiko Bisnis, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Struktur Modal Perusahaan. Tesis Universitas Diponegoro. Tidak dipublikasikan,
- Rajan, Raghuram G., and Luigi Zingales, 1995, What do we know about capital structure? Some evidence from international data, *Journal of Finance* 50, 1421-1460.
- Riyanto, Bambang. 2010. Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan. Yogyakarta: BPFE-UGM
- Santika, Rista Bagus. 2011. Menentukan Struktur Modal Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, Nopember, Hal: 172 - 182 Vol. 3, No. 2 ISSN :1979-4878

PENGARUH *EMPLOYEE ENGAGEMENT* DAN KOMITMEN ORGANISASIONAL TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI PT. PLN CABANG BANDUNG

Elan Rusnendar¹ Firna Maulina²

elanrusnendar@unibi.ac.id Firnamauliana95@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan di PT. PLN cabang Bandung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah *Customer Service Officer* di PT. PLN cabang Bandung yang berjumlah 105 orang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel dengan teknik *Probability Sampling* dan teknik *Simple Random Sampling* dengan jumlah 83 responden yaitu. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t dalam pengujian parsial (1) diperoleh nilai t hitung untuk *Employee Engagement* adalah 464 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,658 sehingga dapat disimpulkan bahwa *Employee Engagement* tidak terlalu berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan di PT. PLN cabang Bandung. (2) hasil pengujian Komitmen Organisasional diperoleh nilai t hitung sebesar 2.149 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,658, sehingga dapat disimpulkan bahwa Komitmen Organisasional berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan di PT. PLN cabang Bandung. (3) Dalam pengujian secara simultan (uji f) didapat nilai F hitung sebesar 2,967 nilai tersebut lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,11, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan di PT. PLN cabang Bandung. Penelitian ini menunjukkan bahwa *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan.

Kata Kunci : *Employee Engagement*, Komitmen Organisasional, Kinerja Karyawan

Abstract

The purpose of this research was to analyze the effect of Employee Engagement and Organizational Commitment on Employee Performance at PT. PLN Bandung branch. This research uses descriptive and verification research with a quantitative approach. The population in this research is the Customer Service Officer at PT. PLN Bandung branch, totaling 105 people. The sample in this research used a sample with Probability Sampling technique and Simple Random Sampling technique with the number of 83 respondents. Data were obtained using a questionnaire. The results of the study show that, based on the results of the T test in partial testing is. (1) Obtained the value of t arithmetic for Employee Engagement is 464 smaller than t table of 1.658 so that it can be concluded that Employee Engagement does not significantly affect the Employee Performance at PT. PLN Bandung branch. (2) The results of testing Organizational Commitment obtained t count value of 2.149 is higher than the value of t table of 1.658, so it can be concluded that Organizational Commitment influences Employee Performance at PT. PLN Bandung branch. (3) In simultaneous testing (test f) obtained the calculated F value of 2.967 that value is higher than the F table value of 3.11, so that it can be concluded that Employee Engagement and Organizational Commitment simultaneously affect the Employee Performance at PT. PLN Bandung branch. This research shows that Employee Engagement and Organizational Commitment affect Employee Performance.

Keywords: *Employee Engagement, Organizational Commitment, Employee Performance*

1. PENDAHULUAN

Dalam sebuah perusahaan, Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang sangat penting. Hal ini disebabkan karena SDM merupakan alat penggerak suatu perusahaan dalam pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Untuk mencapai tujuan tersebut setiap perusahaan harus mempersiapkan SDMnya dalam menghadapi segala perubahan-perubahan yang terjadi. SDM merupakan salah satu aset sebuah perusahaan yang paling berharga, karena dengan SDM yang baik maka diharapkan mampu untuk melaksanakan semua tantangan yang datang baik dari dalam maupun luar perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. SDM yang berkualitas diperlukan karena bagaimanapun tingginya suatu teknologi dan berbagai sistem komputer yang dipergunakan dalam kegiatan usaha.

Kunci dari hal ini adalah kemampuan manager berusaha dalam menggerakkan orang-orangnya agar mampu berkontribusi secara maksimal melalui kesadaran yang dibangun dari perilaku *Employee Engagement*. Karyawan rela memberikan yang terbaik bagi perusahaannya untuk mendukung keberhasilan. Begitu pula dengan PT. PLN yaitu sebagai perusahaan BUMN di Indonesia yang bertugas menyuplai serta mengatur pasokan listrik. Perusahaan ini pun merupakan satu satunya perusahaan milik pemerintah yang melayani jasa kelistrikan, oleh karena itu mempunyai hak terhadap penjualan listrik di Indonesia yang mengacu berdasarkan Undang-Undang 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan (Lembaga Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 133) yang selanjutnya disebut dengan Undang-Undang ketenagalistrikan. Tidak dapat dipungkiri kebutuhan akan tenaga listrik mencakup semua elemen manusia. Setiap tahunnya kebutuhan akan listrik di Indonesia terus meningkat, sebagai akibat dari peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat diiringi juga oleh perkembangan industri di Indonesia. Sementara PT. PLN memiliki keterbatasan dalam memenuhi peningkatan akan kebutuhan listrik tersebut.

Namun tentunya PT. PLN terus-menerus tetap melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhan listrik secara bertahap keseluruh

pelosok negeri. Beberapa usaha telah dilakukan seperti memanfaatkan berbagai energi alternatif untuk dapat menghasilkan pasokan listrik yang cukup. Sekarang ini setiap perusahaan dituntut agar selalu meningkatkan produktivitas pelayanannya, untuk itu PT. PLN terus berupaya meningkatkan produktivitas pelayanannya dalam penyediaan listrik. Melihat banyaknya keluhan-keluhan dari pelanggan mengenai pelayanan listrik selama ini.

PT. PLN memiliki spesifikasi tugas khusus dalam hal mendukung dan melayani masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan energi listrik dalam sebuah tim yang profesional, *high skilled*, bertanggung jawab, disiplin, inisiatif tinggi dan memiliki kepiawaian dalam bidangnya. Maka dalam perusahaan yang memiliki SDM yang handal akan mendukung kinerja perusahaan tersebut. Terdapat keterlibatan dari berbagai faktor yang turut mempengaruhi kinerja karyawan, yaitu baik faktor yang berasal dari dalam dirinya atau faktor yang berhubungan dengan lingkungan organisasi atau perusahaan. Keduanya memberikan peran bagi karyawan dalam memposisikan dirinya guna berkontribusi pada perusahaan tempat dimana ia bekerja.

Menurut Mangkunegara dalam Hamid (2015 : 1) Kinerja adalah “hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Menurut Mangkunegara (2011:67)

Kinerja pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik pada sumber daya manusia yang ada dalam organisasi.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih PT. PLN cabang Bandung sebagai obyek penelitian karena PT. PLN merupakan suatu badan usaha milik Negara (BUMN) sebagai penyedia listrik satu-satunya di Indonesia, yang melayani kebutuhan masyarakat Indonesia akan energi listrik secara profesional. PLN berada dalam perlindungan pemerintah sehingga terantau oleh pemerintah, begitu pun dengan karyawannya. Oleh karena itu, apabila kinerja karyawannya

menurun maka akan berdampak terhadap layanan jasa yang dihasilkan.

2. KAJIAN PUSTAKA

A. Kinerja Karyawan

Pengertian kinerja menurut para ahli diantaranya yaitu menurut Menurut Mangkunegara dalam Hamid (2015 : 1)

Kinerja adalah “hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.”

Sedangkan menurut Simanjuntak (2014:61) yang mengemukakan bahwa kinerja adalah

“Tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan tugas tertentu. Kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian hasil dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Manajemen kinerja adalah keseluruhan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau organisasi, termasuk kinerja masing-masing individu dan kelompok kerja di perusahaan tersebut.”

Menurut Mangkunegara (2010:116) kinerja karyawan dapat diukur dengan kuantitas, kualitas, efisiensi, standar profesional, kemampuan, penilaian, ketepatan, pengetahuan, dan kreativitas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan adalah proses evaluasi seberapa baik karyawan mengerjakan pekerjaan mereka hingga menghasilkan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas, dan terdapat beberapa indikator yang sangat penting bagi kinerja karyawan yaitu kuantitas kerja, kualitas kerja, tanggung jawab, kerja sama, dan inisiatif.

B. Employee Engagement

Suatu organisasi akan dikatakan berhasil ketika seluruh karyawannya mempunyai rasa keterikatan pada perusahaan, dengan begini maka akan timbulnya motivasi yang secara tidak langsung akan meningkatkan kinerja pada karyawan tersebut. *Employee engagement* merupakan gagasan dalam perilaku organisasi

yang menjadi daya tarik dalam beberapa tahun akhir ini.

Employee engagement menurut Kahn dalam Nusatria (2014:4) *engagement* merupakan gagasan multidimensi. Karyawan dapat secara emosi, kognitif, atau fisik terikat. *Engagement* terjadi ketika seseorang secara sadar waspada dan secara emosi terhubung dengan orang lain. *Disengaged employee*, disisi lain melepaskan diri dari tugas kerja dan menarik diri secara sadar dan penuh perasaan baik untuk bekerja dan berinvestasi.

Definisi lain menurut Kreitner & Kinicki (2014:168) *employee engagement* adalah keterlibatan, kepuasan, dan antusiasme seseorang untuk bekerja. Dengan antusiasme yang tinggi dalam suatu organisasi atau suatu hubungan pekerjaan maka karyawan akan mungkin melakukan upaya ekstra untuk melakukan pekerjaannya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Employee Engagement* merupakan gagasan dalam perilaku organisasi yang menjadi daya tarik dan merupakan hubungan emosional yang tinggi yang dirasakan oleh karyawan terhadap organisasinya yang mempengaruhi karyawan dalam melakukan usaha yang lebih besar untuk pekerjaannya dan keberhasilan perusahaan

C. Komitmen Organisasional

Menurut Gibson (2008:115) komitmen terhadap organisasi melibatkan tiga sikap : (1) Identifikasi dengan tujuan organisasi, (2) perasaan keterlibatan dalam tugas-tugas organisasi dan (3) perasaan loyalitas terhadap organisasi. Sehingga dimaknai bahwa komitmen organisasi merupakan suatu bentuk identifikasi, loyalitas dan keterlibatan yang diekspresikan oleh karyawan terhadap organisasi.

Menurut Robbins (2008:118) komitmen organisasi didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana seseorang karyawan memihak organisasi tertentu serta tujuan-tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi tersebut. Jadi keterlibatan pekerjaan yang tinggi berarti memihak pada pekerjaan tertentu seseorang

individu, sementara komitmen organisasional yang tinggi berarti memihak organisasi yang merekrut individu tertentu.

3. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan pemecahan terhadap suatu masalah harus melalui sebuah penelitian diperlukan yang teratur, dan hati-hati secara terus menerus. Untuk melakukan penelitian agar langkah-langkahnya benar maka harus menggunakan metode penelitian.

Menurut Sugiyono metodologi penelitian adalah :

“Yang dimaksud dengan metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pendekatan atau paradigma yang terdapat dalam penelitian ini adalah paradigma penelitian kuantitatif” (2016:2)

Sedangkan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2012:193-194) adalah pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting dan berbagai sumber dan berbagai cara, bila dilihat dari settingnya data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (Natural Setting) pada laboratorium dengan metode eksperimen, dirubah dengan berbagai responden dan lain-lain.

Metode yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode deskriptif, menurut Sugiyono metode deskriptif adalah :

“Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri)” (2016:35)

Adapun metode verifikatif menurut Sugiyono “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran data yang diperoleh dilapangan yang telah dikumpulkan” (2014:54)

A. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara – cara yang digunakan dalam mengumpulkan data dan keterangan – keterangan dalam penelitian terhadap suatu masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2014:224), data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data dengan observasi langsung. Berikut merupakan cara penelitian yang dilakukan oleh penulis :

- a. Observasi
- b. Kuesioner atau Angket
- c. Wawancara

2. Data Sekunder

Data sekunder atau sumber kedua bertujuan untuk mendukung data primer. Berikut merupakan data sekunder yang digunakan oleh penulis :

- a. Perpustakaan
- b. Jurnal dan Web

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang paling mudah digunakan. Skala likert menggunakan beberapa butir pernyataan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pernyataan yaitu sangat setuju, setuju, ragu – ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.

B. Teknik Pengujian Instrumen

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut Arikunto

(2010:168) “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat – tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument.” Untuk menghitung korelasi pada uji Validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh *Pearson* dengan rumus perhitungan sebagai berikut:

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

Keterangan :

r_{xy}	: Koefisien korelasi Product Moment
N	: Jumlah responden
X	: Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
Y	: Skor total yang diperoleh dari seluruh item
$\sum X$	: Jumlah skor dalam distribusi
$\sum Y$	: Jumlah skor dalam distribusi
XY	: Perkalian skor butir dan skor total
$\sum X^2$	: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
$\sum Y^2$	: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrument pengaruh yang baik. Berdasarkan hal tersebut, maka setelah melakukan pengujian validitas, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian reliabilitas untuk menguji kecenderungan atau kepercayaan alat pengukur dengan diperoleh nilai r dari pengujian reliabilitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada tidaknya hubungan antara dua belah instrumen. Menurut Ghozali dalam Nurlaela (2013:65) “Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.” Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Rumus perhitungan *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_1 = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_1	: Reliabilitas instrument
k	: Banyaknya butir pertanyaan
$\sum \sigma_b^2$	: Jumlah varian butir
V_t^2	: Varian total

C. Teknik Pengujian Data

Teknik pengujian data adalah kegiatan memaparkan data sehingga dapat dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden. Setelah seluruh data yang dibutuhkan oleh penulis terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis kuantitatif. Adapun beberapa teknik pengujian data sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik
Beberapa uji asumsi klasik yang harus dipenuhi pada penelitian ini yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.
2. Uji Koefisien Regresi Linier Berganda
Menurut Priyatno (2016:92) dalam penelitian “Koefisien Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.” Pada penelitian ini regresi linier berganda yang dimaksud adalah besarnya pengaruh Etos Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. Persamaan regresi tersebut adalah :

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

Keterangan:

Y	: Produktivitas Kerja Karyawan
a	: Konstanta, besar nilai Y jika $X=0$

b : Koefisien arah regresi yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen, bila $b+$ maka peningkatan, bila $b-$ maka terjadi penurunan.

X_1 : Etos Kerja

X_2 : Lingkungan Kerja

3. Uji Koefisien Korelasi Berganda
Menurut Sugiyono dalam Anggraeni (2015:90) analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara seluruh variabel X terhadap variabel Y secara bersamaan (simultan). Cara mengetahui keadaan korelasi digunakan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.8 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013)

4. Uji Koefisien Determinasi
Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur berapa persen pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen secara serentak. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai mendekati satu berarti variabel-variabel dependen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi

variabel dependen. Berikut adalah rumus untuk koefisien determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi Ganda

Tabel 3.9 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi

Pernyataan	Keterangan
>4%	Pengaruh Rendah Sekali
5% - 16%	Pengaruh Rendah Tapi Pasti
17% - 49%	Pengaruh Cukup Berarti
50% - 80%	Pengaruh Tinggi atau Kuat
>80%	Pengaruh Tinggi Sekali

Sumber : Sugiyono (2013)

5. Uji Hipotesis
Uji hipotesis dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka selanjutnya untuk menguji bagaimanakah pengaruh Etos Kerja dan Lingkungan Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan baik secara parsial atau simultan dilakukan uji sinifikasi.
- a. Uji Parsial (uji t)
Menurut Ghazali dalam Trilaksana (2015:55) “Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara

individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial.” Menurut Sugiyono dalam Handayani (2015:105) Rumus uji T yang digunakan adalah :

$$t_{hitung} = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

R= Koefisien korelasi parsial

T= Statistik t dengan derajat bebas n-1

N= Jumlah data

r^2 = Koefisien korelasi ganda

Langkah-langkah dalam uji parsial (uji t) yaitu:

- 1) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}
 - a) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak H_1 diterima.
 - b) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , maka H_0 diterima H_1 ditolak.
- 2) Menentukan tingkat signifikansi
Tingkat signifikansi menggunakan Alpha 5% (0,05). Signifikansi 5% artinya penelitian ini menentukan risiko kesalahan dalam mengambil keputusan untuk menolak atau menerima hipotesis yang benar sebanyak-banyaknya 5% dan tingkat kepercayaan atau besar mengambil keputusan sedikitnya 95%. Apabila probabilitas lebih besar dari 0,50 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan apabila probabilitas lebih kecil dari 0,50 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
Dalam penelitian ini uji T dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh antara variabel X1 terhadap Y dengan variabel X2 terhadap Y, dimana variabel X1 pada penelitian ini adalah etos kerja, variabel X2 adalah lingkungan kerja, dan variabel Y adalah produktivitas kerja. Apabila probabilitas lebih besar dari 0,50 maka adanya pengaruh antara etos kerja terhadap produktivitas kerja dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja. Jika probabilitas lebih kecil dari 0,50 maka tidak adanya pengaruh antara etos kerja terhadap produktivitas kerja dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja.

b. Uji Simultan (uji F)

Menurut Ghazali dalam Trilaksana (2015:54) “Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.” Uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas (X) secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Menurut Sugiyono (Handayani, 2015:106) Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F = \frac{R^2 | k}{(1-R^2) / \{n - (k-1)\}}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k= Jumlah variabel independen

n= Jumlah anggota sampel

Langkah-langkah dalam uji simultan (uji F) yaitu:

- 1) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}
 - a) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
 - b) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- 2) Menentukan tingkat signifikan
 - a) Apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
 - b) Apabila nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

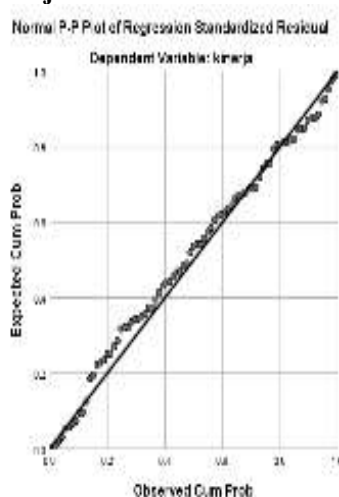
Dalam penelitian ini uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y secara simultan. Pada penelitian ini variabel X1 adalah etos kerja, variabel X2 adalah lingkungan kerja, dan Y adalah produktivitas kerja. Apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,50 maka adanya pengaruh antara etos kerja dan

lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja. Jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,50 maka tidak adanya pengaruh antara etos kerja dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian mengenai tanggapan responden terhadap variabel *Employee Engagement* sebagai (X1), Komitmen Organisasional sebagai (X2), dan Kinerja Karyawan sebagai (Y). Maka dilanjutkan penelitian sebagai berikut, hasil dari uji asumsi, uji validitas, dan reliabilitas kuisioner, klasik dan analisis kolerasi berganda serta koefisien determinasi, data tersebut digunakan sebagai penelitian ini. Berikut Uji asumsi Klasik :

4.1 Uji Normalitas



Gambar 4.1

Hasil Uji Normal Probability Plot

pada penelitian ini menggunakan α sebesar 0,05 sehingga apabila nilai Asymp. Sig (2-Tailed) > 0,05 dapat disimpulkan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

4.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan dalam rangka menguji apakah dalam model regresi ganda ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau terjadi multikolinieritas. Pada pengujian multikolinieritas ini menggunakan

SPSS, dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) atau nilai TOL (*Tolerance*).

Tabel 4.53
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance		VIF
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.		
1. (Constant)	46,407	30,073		1,542	,130		
2. <i>Employee Engagement</i>	1,089	,187	,497	5,826	,000	,910	1,099
3. <i>Komitmen Organisasional</i>	1,283	,182	,521	6,997	,000	,910	1,099

a. Dependent Variable: *Kinerja*
b. R Squared = 0,406 (Adjusted R Squared = 0,372)

4.3 Uji Regresi

Pengujian analisisregresi bertujuan untuk menduga besarnya pengaruh variabel independen yang dalam penelitian ini yaitu *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional terhadap variabel dependen yaitu Kinerja Karyawan.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1. (Constant)	46,407	30,073		1,542	,130
2. <i>Employee Engagement</i>	1,089	,187	,497	5,826	,000
3. <i>Komitmen Organisasional</i>	1,283	,182	,521	6,997	,000

a. Dependent Variable: *Kinerja*

$$Y = 46,407 + 0,089X_1 + 0,283X_2$$

Y merupakan Kinerja Karyawan, X_1 merupakan *Employee Engagement*, X_2 Komitmen Organisasional. Dari persamaan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

- Nilai konstanta atau a = 46,407 yang berarti bahwa apabila semua nilai variabel $X = 0$ atau diabaikan, maka nilai Kinerja Karyawan (Y) konstan sebesar 46,407
- Nilai koefisien regresi berganda sebesar 0,089, artinya jika X_1 dinaikan 1 satuan dan X_2 dianggap 0 maka Y akan naik sebesar 0,089.
- Nilai koefisien regresi berganda 0,283 artinya jika X_2 dinaikan 1 satuan dan X_1 dianggap 0 maka Y akan naik sebesar 0,283.

4.4 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.58
Koefisien Determinasi (R Square) Hasil Regresi Linear Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate
1	.263 ^a	.069	.059	4.230

a. R Square = .069 (Adjusted R Square = .059)

Adjusted R Square = .059

R Square = .069

Adjusted R Square = .059

Berdasarkan tabel 4.58 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) *Employee Engagement* (X1), Komitmen Organisasional (X2) terhadap Kinerja Karyawan (Y) adalah sebesar 0,69. Hal ini berarti bahwa variabel *Employee Engagement* (X1), Komitmen Organisasional (X2) berkontribusi sebesar 6,9% terhadap Kinerja Karyawan (Y), sedangkan sisanya $(100-6,9) \% = 93,1\%$ ditentukan oleh variabel lain yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini.

4.5 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial) dan uji f (simultan). Uji t untuk menguji masing-masing variabel *independen* (X) apakah berpengaruh atau tidak terhadap variabel *dependen* (Y). Sedangkan uji f untuk menguji apakah variabel *independen* (X1 dan X2) yang lebih dari satu secara simultan berpengaruh atau tidak terhadap variabel *dependen* (Y).

Tabel 4.59
Hasil Uji t (parsial) terhadap Kinerja Karyawan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	1.112	1	1.112	4.230	.037
2	1.112	1	1.112	4.230	.037
3	1.112	1	1.112	4.230	.037

a. R Square = .069 (Adjusted R Square = .059)

Diketahui nilai t-hitung untuk variabel *Employee Engagement* adalah $0,464 < 1,658$ dengan hasil signifikansi $0,132 > 0,050$ dengan probabilitas signifikan lebih kecil dari nilai signifikansi, sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menerima H_0 menolak H_a ,

artinya secara parsial *employee engagement* tidak berpengaruh terhadap kinerja karyawan.

Tabel 4.6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square) Hasil Regresi Linear Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Standard Error of the Estimate
1	.263 ^a	.069	.059	4.230
2	.263 ^a	.069	.059	4.230

a. R Square = .069 (Adjusted R Square = .059)

4.6 Uji F

Uji F untuk melihat pengaruh variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y. Hipotesis yang di uji pada uji f ini adalah :

H_0 : artinya tidak terdapat pengaruh positif dari *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan
 H_a : artinya terdapat pengaruh positif dari *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional terhadap Kinerja Karyawan

Kriteria pengujian f hasil perhitungan ini dibandingkan dengan f tabel yang diperoleh H_0 diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan H_0 ditolak jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ dengan menggunakan program SPSS. Berikut ini hasil perhitungan Uji f pada penelitian ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji F (simultan) terhadap Kinerja Karyawan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	1.112	2	.556	2.967	.057

a. R Square = .069 (Adjusted R Square = .059)

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui nilai F_{hitung} sebesar 2,967, hal ini berarti bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($2,967 < 3,11$), dengan hasil signifikan ($0,057 < 0,050$) sehingga keputusan hipotesisnya yaitu menerima H_0 menolak H_a yang berarti *employee engagement* dan komitmen organisasional tidak berpengaruh terhadap kinerja.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah dan hasil penelitian penulis lakukan

mengenai Pengaruh *Employee Engagement* dan Komitmen Organisasional Terhadap Kinerja Karyawan di PT. PLN cabang Bandung, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian tanggapan responden secara keseluruhan mengenai *Employee Engagement* diketahui baik. Nilai skor rata – rata tertinggi ada dalam pernyataan “Saya merasa bahagia ketika kontribusi saya kepada perusahaan dapat memberikan perubahan” sedangkan nilai skor rata – rata terendah ada di dalam pernyataan “Saya sangat bersemangat apabila diberikan tugas oleh perusahaan”.
2. Berdasarkan hasil penelitian tanggapan responden secara keseluruhan mengenai Komitmen Organisasional diketahui kurang baik. Nilai skor rata – rata tertinggi ada dalam pernyataan “Saya merasa senang ketika saya menyelesaikan pekerjaan di perusahaan” sedangkan nilai skor rata – rata terendah ada di dalam pernyataan “Saya bertahan di perusahaan ini karena untuk memenuhi kebutuhan hidup saya”
3. Berdasarkan hasil penelitian tanggapan responden secara keseluruhan mengenai Kinerja Karyawan diketahui baik. Nilai skor rata – rata tertinggi ada dalam pernyataan “Saya mampu mengerjakan pekerjaan tanpa harus diperintah” sedangkan nilai skor rata – rata terendah ada di dalam pernyataan “Atasan bisa dalam membantu saya dalam mengerjakan pekerjaan saya”.
4. Berdasarkan hasil penelitian uji f terhadap pengaruh secara simultan hubungan variabel *Employee Engagement* dan komitmen organisasional terhadap kinerja karyawan dapat diketahui nilai signifikan variabel *Employee Engagement* dan komitmen organisasional adalah $0,057 > 0,050$ dan $f_{hitung} 2.967$ hal ini menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai $f_{table} = 3,11$ bahwa *Employee Engagement* dan komitmen organisasional memiliki pengaruh simultan terhadap kinerja karyawan.

6. REFERENSI

BUKU

- Kaswan. (2017). Psikologi Industri & Organisasi. Bandung: CV. Alfabeta
- Mangkunegara AP, 2015, Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Bandung: Rfika Aditama
- Mangkunegara AP, 2010, Manajemen Sumber Daya Manusia perusahaan Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Priansa, Donni Junni. 2018. *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Bandung: Alfabeta.
- Robbins, Stephen P ,dan Timothy A. judge. 2016. Perilaku organisasi. Jakarta: Salemba Empat
- Sedarmayanti, (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negri Sipil. Bandung: PT Refika Aditama.
- Simanjuntak, Payaman J. 2008. Manajemen dan Evaluasi Kerja. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

JURNAL

- Pio. R. J., Nimran, U., Alhabsji. T., dan Hamid, D. 2015 Pengaruh Kepemimpinan Spiritual Terhadap Perilaku Etis, Kualitas Kehidupan Kerja, Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional dan Kinerja Karyawan Jurnal Manajemen Derema. (Vol.10. No.1, Hal 22-60)
- Princes Grace Lewiucidan Ronny H. Mustamu. 2016. Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan di Perusahaan Keluarga Produsen Senapan Angin.
- Sari, dan Armanu (2016). Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional Terhadap Intention To Leave Pada Karyawan Produksi Mitra Produksi Sigaret (MPS) Ngoro-Jomban

Rustono, Anton dan Akbary, M, Fattah. 2014
"Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Dana Pensiun Telkom Bandung", Telkom Bandung.

Lutfiyanti, Lely. 2012 *"Pengaruh Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Kantor Pusat PT XYZ Jakarta"*

WEBSITE

Handoyo, dan Setiawan Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Tirta Rejeki Dewata Studi Kasus. Surabaya : Universitas Kristen Petra
<https://media.neliti.com/media/publications/55089-ID-pengaruh-employee-engagement-terhadap-ki.pdf>
Diakses pada tanggal 08 Mei 2018

Human Capital Journal, (2014), Employee engagement Indonesia Tertinggi
<http://humancapitaljournal.com/employeeengagement-indonesia-tertinggi/>
Diakses pada tanggal 15 Mei 201

Sari, dan Armanu (2016). *Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Komitmen Organisasional Terhadap Intention To Leave Pada Karyawan Produksi Mitra Produksi Sigaret (MPS) Ngoro-Jomban Studi Kasus*. Malang : Universitas Brawijaya
<https://media.neliti.com/media/publications/75234-ID-pengaruh-kepuasan-kerja-dan-komitmen-org.pdf>
Diakses pada tanggal 15 Mei 2018

**PERBANDINGAN PERCEIVED QUALITY SEBAGAI DAMPAK LIFESTYLE
Survey pada Pengguna Mobil Nissan March dan Mobil Hyundai di Kota Bandung**

Sabilla Saberina, S.E., M.M.¹⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
email: sabillasaberina@unibi.ac.id

Abstrak

Akhir-akhir ini, kehidupan manusia modern cenderung mempengaruhi gaya hidup. Hal ini dapat ditunjukkan dalam peningkatan kemajuan teknologi yang semuanya harus dapat dilakukan dengan efisien, efektif, produktif dan multifungsi yang mengarah kemudahan. Fenomena inilah yang menyebabkan penjualan *City Car* yang lebih tinggi di Indonesia. Sehingga saat ini ada begitu banyak perusahaan yang memproduksi mobil *City Car*. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon konsumen tentang persepsi kualitas sebagai dampak dari gaya hidup pada pengguna *City Car* (Survey pada Pengguna Mobil Nissan March dan Mobil Hyundai di Kota Bandung)

Dan untuk mengetahui perbedaan persepsi kualitas *City Car* Nissan March dan Hyundai sebagai efek dari gaya hidup manusia. Ada tiga dimensi pengukuran *Lifestyle* yang digunakan dalam penelitian ini *Activity, Interest, Opinion*. Sementara *Perceived Quality* memiliki Delapan dimensi pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Performance, Feature, Conformance, Reliability, Durability, Serviceability, Aesthetics*.

Penelitian ini bertujuan untuk Perbandingan *Perceived Quality* Sebagai Dampak *Lifestyle*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, observasi, dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan metode penelitian verifikatif. Dan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 pengguna *City Car* yang masing-masing merupakan *City Car* pengguna Nissan March dan Hyundai yang diambil secara acak dengan teknik *simple random sampling*.

Keywords : *Lifestyle, Perceived Quality, etc*

Abstract

Lately, modern human's life tends to effecting its *Lifestyle*. It can be showed in the increasing of technology which everything must be able to do in more efficient, effective, productive and multifunction that leads to sufficient. This phenomena cause to sales of *City Car* that going higher in Indonesia. By now, there are so many company that produce citi car. Therefore, this research was conducted to know how consumer's response about *Perceived Quality* as the effect of *Lifestyle* in *City Car* Nissan March and Hyundai. And to know about differences in *Perceived Quality* of *City Car* from Nissan March and Hyundai as the effect from human *Lifestyle*.

There are three dimensions of *Lifestyle* measurements used in this study *Activity, Interest, Opinion*. While *Perceived Quality* has Eight dimensions of measurement used in this research are *Performance, Feature, Conformance, Reliability, Durability, Serviceability, Aesthetics, Brand Image*.

This study seeks to Comparison *Perceived Quality* As *Lifestyle* Impact. Data collection techniques used is the study of literature, observation, and questionnaires. This research using descriptive research method and verifacatife research method. And primary data obtained by distributing questinnnaire to 100 by each people who become consumer of *City Car* by Nissan March and Hyundai , which are taken randomly by *simple random sampling* technique.

Keywords : *Lifestyle, Perceived Quality, etc*

1. PENDAHULUAN

Kini perkembangan hidup modern cukup mempengaruhi masyarakat Indonesia yang tinggal diperkotaan. Ini terbukti dengan mulai berkembangnya teknologi yang mencapai titik dimana segala hal dituntut untuk dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. *"Saat ini gaya hidup masyarakat Indonesia digambarkan dengan kehidupan yang serba efisien, efektif, produktif, cepat, praktis, fungsional, multiguna serata bergaya yang semuanya ini mengarah kepada kemudahan dan kenikmatan".¹* Kemudian segala sesuatu yang berhubungan dengan kerumitan cenderung dihindari dan ditinggalkan, sehingga mungkin pada masa yang akan datang hal ini akan dapat diambil alih oleh segala sesuatu yang bersifat instan dan canggih termasuk juga pada kebutuhan transportasi seperti halnya mobil. *"Gaya hidup modern diperkotaan masa kini menuntut masyarakat untuk menjadi mobile person yang selalu mencari pergerakan yang lebih cepat, jauh dan berkeinginan untuk memindahkan barang yang lebih berat dari batasan kekuatan ototnya"².* Selanjutnya gaya hiduplah yang kemudian akan terbentuk pada masyarakat kota dan menjadi dasar persepsi dan interpretasi mereka dalam memilih mobil

CATEGORY			MONTH		MARKET T 2019	SHARE %
			JAN	FEB		
1	SEDAN TYPE	CC < 1.500 (G/D)	56	177	233	0.1%
		1.501 < CC < 3.000 (G)/2.500 (D)	175	382	557	0.3%
		CC > 3.001 (G)/2.501 (D)	2	4	6	0.0%
		SUB TOTAL	233	563	796	0.5%

2	4X2 TYPE	CC < 1.500 (G/D)	30,313	34,490	64,803	39.6%
		1.501 < CC < 2.500 (G/D)	9,208	9,590	18,798	11.5%
		2.501 < CC < 3.000 (G)	101	129	230	0.1%
		CC > 3.001 (G)/2.501 (D)	-	2	2	0.0%
	SUB TOTAL		39,622	44,211	83,833	51.2%
3	4X4 TYPE	CC < 1.500 (G/D)	-	1	1	0.0%
		1.501 < CC < 3.000 (G)/2.500 (D)	184	229	413	0.3%
		CC > 3.001 (G)/2.500 (D)	88	96	184	0.1%
	SUB TOTAL		272	326	598	0.4%
4	BUS	GVW 5 - 10 Ton (G/D)	136	148	284	0.2%
		GVW 10 - 24 Ton (G/D)	228	102	330	0.2%
		GVW > 24 Ton (G/D)	-	-	-	0.0%
	SUB TOTAL		364	250	614	0.4%
5	PICK UP	GVW < 5 Ton (G/D)	14,246	9,903	24,149	14.8%
6	TRUCK	GVW 5 - 10 Ton (G/D)	6,772	5,648	12,420	7.6%
		GVW 10 - 24 Ton (G/D)	667	528	1,195	0.7%
		GVW > 24 Ton (G/D)	1,756	1,880	3,636	2.2%
	SUB TOTAL		9,195	8,056	17,251	10.5%
7	DOUBLE CABIN 4X2 / 4X4	GVW < 5 Ton (G/D) For all CC	1,094	1,142	2,236	1.4%
	SUB TOTAL		1,094	1,142	2,236	1.4%
8	AFFORDABLE ENERGY SAVING CARS 4X2	CC ≤ 1200 (G)	16,965	17,233	34,198	20.9%
		CC ≤ 1500 (D)	-	-	-	0.0%
	SUB TOTAL		16,965	17,233	34,198	21%

Gambar 1.1 GAIKINDO WHOLESALERS RETAIL SALES - PRODUCTION EXPORT IMPORT BY CATEGORY JAN-FEB 2019

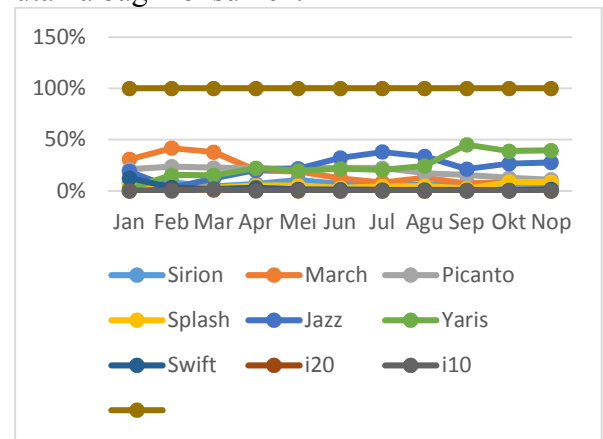
¹ Sumber :Jurnal Ilmu Desain **Pasaribu** (2008:49)

Berdasarkan Data penjualan kendaraan periode Januari-Desember 2019 /di 2 bulan kebelakang dari Tabel Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) diatas menunjukan dalam situs resminya digambarkan mengenai kategori yang paling laris terjual ditahun 2019 adalah mobil dengan kapasitas 4x2 yaitu *City Car* . Dengan bermunculan merek mobil *hatchback* yang paling banyak diminati oleh konsumen hal ini didukung juga oleh metamorphosis desain mobil yang mulai beralih dari periode desain mobil sebelumnya. **Pasaribu**(2008:49)mengungkapkan bahwa *“Bagi Indonesia fenomena besar yang muncul dalam perkembangan varian desain mobil dapat dibagi tiga yaitu MPV (Multi Purpose Vehicle), SUV (Sport Utility Vehicle), dan City Car”*. Lalu Popularitas ketiga jenis mobil ini berkaitan dengan situasi ekonomi di Indonesia. Situasi yang paling tepat dalam menggambarkan kondisi perekonomian saat ini ialah mobil yang dituntut dengan kecenderungan yang simple, memperhatikan detail yang berkaitan dengan trend, dan gaya hidup masyarakat yang berkembang serta mampu menjadi solusi bagi kepadatan lalu lintas . *“Tren penjualan mobil nasional kini perlahan beralih ke segmen mobil kota atau City Car. Meski volumenya masih kecil, pertumbuhan segmen ini sangat signifikan dan melibas segmen-segmen yang lain, termasuk segmen favorit, MPV”*³

Dikutip dari Warta Kota yang menegaskan issue tersebut bahwa *“Bergesernya selera konsumen terhadap varian City Car, karena mobil jenis ini mempunyai bentuk bodi yang mungil sehingga memudahkan pengendara mencari tempat parkir. Selain itu bahan bakar City*

*Car juga lebih irit dibandingkan mobil jenis sedan ataupun mobil sport lainnya.”*⁴

Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan mulai beralihnya selera konsumen dari segmentasi *MPV* kepada segmentasi *City Car* diharapkan bagi perusahaan yang bergerak di bidang otomotif menjadikan ini sebagai suatu peluang dalam membaca pangsa pasar di Indonesia. Desain dan kualitas yang bagus serta harga yang cukup bersaing merupakan salah satu daya tarik utama bagi konsumen.



Grafik 1.1 Market Share City Car

Sumber : Katalog Police Registration Jawa Barat Presentase Market Share City Car Indonesia Desember (2018:1)

Dari table data dapat disimpulkan bahwa saat ini mobil buatan Jepang masih lebih mendominasi dibanding mobil buatan Korea. Terbukti dengan lebih besarnya presentase penjualan yang dihasilkan oleh mobil buatan Jepang dibanding mobil buatan Korea yang masih cenderung dibawah rata-rata. Lebih lanjut hal ini pun dibuktikan melalui perbandingan dua merek mobil buatan Jepang dan Korea yang lebih spesifik yaitu mobil Nissan March sebagai

³ Sumber :
<http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/358164-persaingan-sengit-City-Car--siapa-menang-> diakses 15 Maret 2013

⁴ Sumber :
<http://www.wtcn2.com/News%20Papers/Warta%20Kota%207.html> diakses 15 April 2013

salah satu keluaran mobil buatan Jepang dan Hyundai Grand i10 mobil buatan Korea.

Dimana table menunjukan bahwa dari dua perbandingan mobil buatan jepang yaitu Nissan March dan mobil buatan korea yaitu Hyundai menempati dominasi terbesar untuk market share terbesar yang diperoleh mobil buatan jepang yaitu Nissan March. Kemudian hal ini yang menjadi perhatian penulis dalam melakukan perbandingan *Perceived Quality* terhadap masing-masing

TYPE MODEL+BAZA	CC	DRIVE SYS	DOOR	WHEELS	ORIGIN COUNTRY	JAN	FEB	MXShare	OTAL2019
March 1.2 Mid MT (MC '13)	1200	4X2	5	4	Thailand	4	19	0.0%	23
March 1.2 Mid AT (MC '13)	1200	4X2	5	4	Thailand	16	22	0.0%	38
March 1.2 High AT (MC '13)	1200	4X2	5	4	Thailand	5	3	0.0%	8
Grand i10	1200	4X2	4	4	India	4	4	0.0%	8
Grand i10 AT	1200	4X2	4	4	India	3	1	0.0%	4
All New i20	1400	4X2	4	4	India	2	-	0.0%	2

mobil dari kedua negara tersebut yang secara langsung merupakan bagian dari dampak *Lifestyle* atau gaya hidup modern . Faktor utama dari objek yang dijadikan sampel ialah adanya keinginan yang mendorong untuk memiliki kendaraan pribadi yang kemudian menilai kualitas dari produk tersebut. Manfaat utama yang bisa diambil perusahaan adalah untuk mengetahui gambaran responden yang menjadi objek penelitian ini, mengenai persepsi konsumen sebagai salah satu dampak dari perkembangan gaya hidup atau *Lifestyle* terhadap perbandingan produk. Dari uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Perbandingan *Perceived Quality* Sebagai Dampak *Lifestyle* pada survey mobil buatan Nissan March dan mobil Hyundai .

2. KAJIAN PUSTAKA

Lifestyle

Berdasarkan konsep penelitian ini gaya hidup seseorang dianggap sebagai sebuah fungsi dari karakteristik individu yang sudah melekat pada diri, yang dibentuk dan ditentukan oleh interaksi sosial dalam hidup. Kemudian pada prosesnya sendiri mengutip

dari **Sathish dan Rajamohan** (2012:152) "*Lifestyle marketing is a process of establishing relationship between products offered in the market and target Lifestyle group*" ini berarti gaya hidup marketing didefinisikan sebagai sebuah tahapan proses pembentukan hubungan antara produk yang ditawarkan di pasar dan kelompok sasaran gaya hidup. Beberapa ahli kemudian mendefinisikan gaya hidup kedalam beberapa definisi pengertian sebagai berikut:

Sumber	Definisi
Kotler and Keller (2012 : 179)	"<i>Lifestyle</i> is a person's pattern of living in the world as expressed in activities, interests, and opinions. It portrays the "whole person" interacting with his or her environment" Gaya hidup adalah pola seseorang hidup di dunia seperti yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Ini menggambarkan "manusia seutuhnya" berinteraksi dengan nya lingkungan
Solomon (2013:493)	"<i>Lifestyle</i> defines pattern of consumption that reflects a person choices of how to spend her time and money" Gaya hidup mendefinisikan pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang tentang bagaimana untuk menghabiskan waktu dan uang
Hawkins and Mothersbaugh (2013 : 427)	"<i>Lifestyle</i> is basically how a person lives. Its how a person enacts her on his self concept and is determind experiences, innate characteristic and current situation" Gaya hidup pada dasarnya adalah bagaimana seseorang hidup. Dan bagaimana

	seseorang menetapkan dia terhadap konsep diri dan menentukan pengalaman, situasi karakteristik dan arus bawaan
--	--

Sehingga untuk memperluas konsep dan mengukur dimensi AIO Studi dalam menggambarkan berbagai variabel ditunjukkan pada table di bawah ini:

Tabel 2.2
Examples of *Lifestyle* Dimensions (AIO)
in Psychographic Measurement

Activities	Interests	Opinions	Demographics
Working	Family	Personal	Age
Hobbies	House	Sosial	Education
Sosial	Job	issue	Income
occurrence	Community	Politics	Job
Vocation	Recreation	Business	Family
Entertainment	Clothes	Economy	House type
Club member	Food	Education	Geographics
Community	Media	Product	City size
Shopping	Achievement	Future	Life cycle
Sports		Culture	

Source : Joseph T Plummer-*The Concept and Application of Lifestyle Dimension*
Dikutip dari Sathish dan Rajamohan (2012 : 154)

1. **Activities** : “Activities indicate how a consumer/family spends his/her/their time.” S.Sathish dan DR.A.Rajamohan (2012:155)
Kegiatan menunjukkan bagaimana konsumen / keluarga menghabiskan / waktu mereka.
2. **Interest** : “Interests are a family's or consumer's preferences or priorities.” S.Sathish dan DR.A.Rajamohan (2012:155)
Minat adalah preferensi atau prioritas keluarga atau konsumen”
3. **Opinion** : “Opinions are how a consumer feels about a wide variety of events and things.” S.Sathish dan DR.A.Rajamohan (2012:155)

Pendapat adalah bagaimana konsumen merasakan tentang berbagai peristiwa dan sesuatu

Dalam pengukuran, dimensi-dimensi tersebut dapat digunakan karena mencakup kepada keseluruhan aspek yang dimaksud dalam penelitian oleh penulis sehingga hal ini dianggap sesuai dan tepat sehingga lebih melihat kepada gaya hidup yang membutuhkan aspek pengukuran yang mendukung maksud dan tujuan penelitian.

Perceived Quality

Seseorang akan termotivasi siap untuk dapat bertindak dipengaruhi melalui persepsi serta situasi dan kondisi. Dalam pemasaran persepsi lebih penting dari kenyataan, karena persepsi mempengaruhi konsumen aktual perilaku seseorang. *Perceived* adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi. Mengutip dari Kotler & Keller (2010 : 183) “*Perceived is the process by which we select, organize and interpret information input to create a meaningful picture of the world.*” yang berarti adalah *perceived* adalah proses dimana kita memilih, mengatur dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti dari dunia. Sehingga orang dapat muncul dengan persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena tiga persepsi proses berorientasi pada perhatian selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif.

Sumber	Definisi
Schiffman and Kanuk (2010:195)	“ <i>Perceived Quality of a product based on a variety of informational cues that they associate with the product, either singly or together such cues provide the basis for perceptions of product and service</i> ”

	<i>quality”</i> Persepsi kualitas suatu produk berdasarkan berbagai isyarat informasi yang terhubung dengan produk baik sendiri atau bersama-sama, isyarat tersebut memberikan dasar untuk persepsi kualitas produk dan pelayanan
Islam Md Monirul dan Jang Hui Han, PhD (2012 : 102) mengutip dari Thus, Lee’s (1999)	<i>“As consumer’s evaluative and effective judgments concerning the overall excellence of a brand based on intrinsic as well as extrinsic attributes which are directly related to his or her satisfaction with that brand.”</i> Sebagai penilaian konsumen evaluatif dan efektif mengenai keunggulan keseluruhan dari merek berdasarkan intrinsik serta atribut ekstrinsik yang secara langsung berhubungan dengan kepuasannya dengan merek itu.
Eun Jung Choi 1 and Soo-Hyun Kim (2013 : 240)	<i>“Perceived Quality was defined as consumers’ judgment about products’ excellence or superiority”</i> Persepsi kualitas didefinisikan sebagai 'penilaian tentang produk' konsumen keunggulan atau superioritas

Persepsi secara langsung akan berkaitan dengan reputasi suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk ataupun jasa.

Persepsi kualitas yang dilakukan oleh konsumen terhadap sebuah produk umumnya baru bisa dilakukan setelah konsumen melakukan pembelian terhadap produk, namun terkadang juga bisa dilakukan setelah konsumen benar-benar telah melihat secara langsung bukti konkret dari hal yang ditawarkan oleh produk tersebut seperti kinerjanya.

Dalam jurnal otomotif lainnya **Sanpet Panusbordee** (2012:113) mengungkapkan *“In this research, Perceived Quality of cars perceived by consumers was measured according to Garvin’s quality model. Garvin’s model is composed of 8 quality dimensions”*

- 1) *Performance: The primary basic functions of cars*
Fungsi dasar utama dari mobil.
- 2) *Features: Supplements of basic functions such as car accessories, airbag, and navigation system*
Suplemen fungsi dasar seperti aksesoris mobil, keamanan, dan sistem penunjak.
- 3) *Reliability: The car’s probability of failure-free performance over a specified period of time*
Probabilitas kinerja mobil selama periode waktu tertentu.
- 4) *Conformance: The degree to which a car’s performance characteristics meet design specifications*
Sejauh mana karakteristik kinerja mobil memenuhi spesifikasi desain.
- 5) *Durability: a measure of car life span*
Ukuran rentang kehidupan mobil.
- 6) *Serviceability: The ease, speed, courtesy, and competence of repair*
Kemudahan, kecepatan, kesopanan, dan kompetensi perbaikan.
- 7) *Aesthetics: The car looks and feels*
Mobil terlihat dan terasa.

8) *Brand image: a reputation of brand or advertising.*

Reputasi merek atau iklan.

Berdasarkan kedua jurnal yang bersumber dari **Mohd Rizaimy Shaharudin et al** serta **Sanpet Panusborde** dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat kesamaan dimensi yang digunakan. Hal ini memperkuat penulis untuk menjadikan acuan dalam pengukuran penelitian. Namun terdapat satu dimensi pada dimensi kedelapan yang membedakan dari masing-masing sumber jurnal. Perbedaan tersebut tidak menjadi sebuah kendala sehingga penulis tetap menggunakan ke 8 dimensi yang paling mendekati yaitu berdasarkan sumber yang diteliti oleh **Sanpet Panusborde**. Sumber penelitian tersebut dipilih oleh penulis atas dasar kedelapan dimensi dianggap relevan dan lebih melihat kepada kualitas produk yang kaitannya dengan otomotif sebuah produk yang lebih detail, serta membutuhkan aspek pengukuran yang lebih spesifik.

Hipotesis

Untuk memperoleh jawaban terhadap permasalahan maka diajukan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Sehingga berdasarkan literature dan paradigma pemikiran tersebut, maka *Perceived Quality* meliputi : *Reliability, Durability, Serviceability, Aesthetics, Brand Image*". Sedangkan untuk dimensi *Lifestyle* sendiri meliputi *Action, Interest, Opinion*. Berdasarkan literatur dan paradigma pemikiran, dapat disimpulkan bahwa hipotesis verifikasi seperti dijelaskan berikut.

Adapun hipotesis penelitian yang akan diuji yaitu:

Ho1: Tidak terdapat dampak/pengaruh *Lifestyle* terhadap *Perceived Quality*

pada pengguna mobil Nissan March dan mobil Hyundai

Ha1: Terdapat dampak/pengaruh *Lifestyle* terhadap *Perceived Quality* pada pengguna mobil Nissan March dan mobil Hyundai

Ho2 : Tidak terdapat perbedaan dampak yang signifikan pada *Lifestyle* terhadap *Perceived Quality* pada pengguna mobil Nissan March dan mobil Hyundai

Ha2 : Terdapat perbedaan dampak yang signifikan pada *Lifestyle* terhadap *Perceived Quality* pada pengguna mobil Nissan March dan mobil Hyundai

Keterangan : Ho : hipotesis awal

Ha : hipotesis akhir

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah langkah dan prosedur yang akan dilakukan dalam pengumpulan data atau informasi guna memecahkan permasalahan dan menguji hipotesis penelitian. Penelitian ini bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang Perbandingan *Perceived Quality* Sebagai Dampak *Lifestyle*. Survey pada Pengguna Mobil Nissan March dan Mobil Hyundai di Kota Bandung.

Penjelasan mengenai deskriptif sendiri diungkapkan oleh **Aaker, Kumar, Day, dan Leone (2011:73)** bahwa "*Descriptive research embraces a large proportion of marketing research. The purpose is to provide an accurate snapshot of some aspect of the market environment.*" berarti bahwa penelitian deskriptif mencakup sebagian besar riset pemasaran. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran yang akurat dari beberapa aspek lingkungan pasar. Jadi secara garis besar bahwa penelitian deskriptif sendiri merupakan penelitian yang pada dasarnya

berupa individu, organisasi ataupun persepektif terhadap suatu fenomena atau populasi yang tujuannya sendiri untuk dapat memberi gambaran yang akurat.

Cara Penentuan Data

Pada tahapan selanjutnya populasi dalam penelitian ini (N) adalah penduduk Kota Bandung. Berikut merupakan jumlah penduduk Kota Bandung menurut pekerjaan berdasarkan sumber kependudukan Jawa Barat.

Tabel 3.2
Data penduduk Kota Bandung
Berdasarkan Pekerjaan 2011

Pekerjaan	Total	Total Persentase
BELUM/TIDAK BEKERJA	203,330	8.06%
MENGURUS RUMAH TANGGA	493,329	20.93%
PELAJAR/MAHASISWA	536,802	22.77%
PEGAWAI SIPIL	69,708	2.95%
TENTARA NASIONAL INDONESIA	10,167	0,431%
KEPOLISIAN RI	4,445	0,188%
PERDAGANGAN	12,276	0,52%
KARYAWAN SWASTA	398,792	16.92%
KARYAWAN BUMN dan BUMD	106,616	4.52%
GURU/ DOSEN	16,758	0.711%
DOKTER	13,361	5.66%
LAINNYA	491,065	20.83%
Jumlah	2,356,649	100.00%

Sumber : Laporan Profil Kependudukan Jawa Barat (2011:175)
(<http://www.jabarprov.go.id/assets/data/PROFIL-KEPENDUDUKAN-2011.pdf>)

Pada dasarnya, Formula Slovin ini (1960) (seperti dikutip dalam Guilford dan Fruchter, 1973, berkaitan dengan penerapan pendekatan normal dengan 95 persen tingkat kepercayaan dan 5 persen toleransi kesalahan

$$\frac{N}{(N \cdot d^2) + 1}$$

Keterangan Notasi:

n = ukuran sampel minimum

		TOTALX_ Hyundai	TOTALY_ March
TOTALX_ Hyundai	Pearson Correlation	1	.438**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
TOTALY_ March	Pearson Correlation	.438**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Tabel 4.8.

Analisis Regresi

N = ukuran populasi

d^2 = tingkat presisi

Jumlah populasi (N) yaitu sebanyak : 647,452 dan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 10% ($d = 0.10$). Jumlah sampel penelitian (n) adalah :

$$n = \frac{2,356,649}{(2,356,649 \times 0.1^2) + 1} = 99.9946 \sim 100$$

Dalam penelitian ini, sampel atau responden minimum yang diambil adalah sebanyak 100 orang penduduk Kota Bandung untuk mobil Nissan March dan 100 orang Mobil Hyundai dengan jumlah total 200 responden yang akan diambil secara acak. Dalam penelitian digunakan metode simple random sampling yaitu sebuah sample yang diambil sedemikian rupa hingga tiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *Perceived Quality* Sebagai Dampak *Lifestyle*

Pada bagian ini akan dilakukan pembuktian hipotesis konseptual secara statistik. Hipotesis konseptual pada penelitian kali ini adalah adanya pengaruh yang mengakibatkan adanya persepsi kualitas atau *Perceived Quality* terhadap *Lifestyle*. Analisis statistik yang digunakan pada penelitian kali ini adalah analisis regresi linier sederhana. Data hasil penyebaran

kuesioner yang bersifat ordinal dinaikkan ke skala pengukuran interval dengan bantuan program MSI (*Method of Successive Interval*). Data disajikan pada bagian lampiran. Setelah data diubah ke dalam bentuk interval, kemudian dilakukan penghitungan koefisien korelasi Pearson dengan bantuan *software SPSS19 for windows* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7.
Korelasi Pearson March & Hyundai

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	39.250	5.238		.000
TOTALX_March	.453	.084	.480	.000

a. Dependent Variable: TOTALX_March

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	37.539	5.035		7.456	.000
TOTALX_Hyundai	.389	.081	.438	4.828	.000

a. Dependent Variable: TOTALY_Hyundai
HASIL KOEF DETERMINASI

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat dilihat bahwa koefisien korelasi variabel *Lifestyle* (variabel X) dalam membentuk *Perceived Quality* (variabel Y) bernilai $r = 0,480$ (*City Car March*) dan $r = 0,438$ (*City Car Hyundai*). Koefisien korelasi ini dapat dikategorikan ke dalam *moderate correlation category*, ini berarti

bahwa terdapat hubungan yang cukup kuat antara *Lifestyle* (variabel X) dengan *Perceived Quality* (variabel Y). Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa terdapat hubungan yang positif antara kedua variabel X dan variabel Y yang artinya *Lifestyle* yang semakin baik akan menciptakan *Perceived Quality* pengguna *City Car March* dan pengguna *City Car Hyundai* ke arah yang semakin positif. Berdasarkan hasil

Correlations			
		TOTALX_J	TOTALY_JEPANG
TOTALX_March	Pearson Correlation	1	.480**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
TOTALY_Hyundai	Pearson Correlation	.480**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Sumber: Data primer diolah (2013)

diasas maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 39,250 + 0,480 X \text{ (City Car March)}$$

$$Y = 37,539 + 0,438 X \text{ (City Car Hyundai)}$$

Dimana : $Y = \text{Perceived Quality}$

$X = \text{Lifestyle}$

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat dilihat bahwa parameter koefisien regresinya 0,480 (*City Car March*) dan 0,438 (*City Car Hyundai*) untuk variabel bebas adalah positif. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *Lifestyle* terhadap *Perceived Quality*. Sehingga terlihat bahwa terjadinya peningkatan *Lifestyle* (X) sebesar satu satuan, maka *Perceived Quality* (Y) pun mengalami peningkatan sebesar 0,480 pada studi kasus *City Car March* dan begitupun terjadinya peningkatan *Lifestyle* (X) sebesar satu satuan, maka *Perceived Quality* (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,438 pada studi kasus *City Car Hyundai*.

Koefisien determinasi (KD) dipengaruhi oleh nilai X dan Y yang didapat merupakan kuadrat dari koefisien korelasi dari hasil kuesioner.

(r) atau disebut juga sebagai R-Square. KD Setelah diperoleh model regresi linier berfungsi untuk melihat seberapa besarsederhana, koefisien korelasi dan koefisien pengaruh yang diberikan oleh variabel determinasi, maka selanjutnya akan dilakukan independen terhadap variabel dependen. pengujian hipotesis untuk melihat apakah ada Nilai KD dapat dilihat pada tabel output pengaruh yang diberikan oleh variabel berikut:

Tabel 49.
Hasil Koefisien Determinasi
City Car March

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.480 ^a	.230	.222	8.92043

a. Predictors: (Constant), TOTALX_March

City Car Hyundai

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.438 ^a	.192	.184	8.32027

a. Predictors: (Constant), TOTALX_Hyundai

Sumber: Data primer diolah (2013)

Berdasarkan tabel output di atas, nilai KD (R-Square) bernilai 0,230 atau 23% (*City Car March*) dan 0,192 atau 19,2% (*City Car Hyundai*). Koefisien determinasi memiliki arti bahwa angka tersebut dari variasi variabel *Perceived Quality* dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *Lifestyle*. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model variabel yang diteliti. Besarnya nilai pengaruh ini dapat berbeda disetiap perusahaan karena mengacu pada rumus sebelumnya dimana rumus r (nilai korelasi) dan r^2 (koefisien determinasi)

independen (*Lifestyle*) terhadap variabel dependen (*Perceived Quality*). Tingkat signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$ (5%). Berdasarkan hasil analisis regresi yang dalam tabel 4.8, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi *City Car March* dan *City Car Hyundai* masing-masing sebesar 0,00. Apabila dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka dapat ditulis sebagai berikut:

City Car March = $0,00 < 0,05$

City Car Hyundai = $0,00 < 0,05$

Sehingga $\text{sig. produk} < \alpha$, maka H_0 ditolak. Oleh karena itu, terbukti bahwa terdapat korelasi antara *Lifestyle* dengan *Perceived Quality*. Dengan kata lain, terdapat pengaruh antara *Lifestyle* dengan *Perceived Quality*. Hal ini menunjukkan bahwa *Lifestyle* berpengaruh terhadap pembentukan *Perceived Quality*.

Analisis Perbandingan *Perceived Quality* Sebagai Dampak *Lifestyle*

Selanjutnya, pada bagian ini disampaikan pembuktian hipotesis konseptual secara statistik yang diajukan. Hipotesis konseptual yang diajukan adalah terdapat perbedaan persepsi antara pengguna *City Car March* dan pengguna *City Car Hyundai* atas persepsi kualitas produk (*Perceived Quality*) terhadap dampak gaya hidup (*Lifestyle*). Uji statistik yang digunakan adalah uji beda rata-rata dengan menggunakan dua sampel independen. Data hasil penyebaran kuesioner yang bersifat ordinal dinaikkan ke skala pengukuran

interval dengan bantuan program MSI (*method of successive interval*).

Setelah data diubah ke dalam bentuk interval, kemudian dilakukan uji beda rata-rata guna menguji perbedaan persepsi kelompok pengguna *City Car March* dan pengguna *City Car Hyundai* atas persepsi kualitas produk (*Perceived Quality*) terhadap dampak gaya hidup (*Lifestyle*) dengan menggunakan analisis statistik uji beda rata-rata dengan bantuan *Software SPSS 19.00 for Windows* dengan hasil sebagai berikut:

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	TOTALX_MARCH	61.7213	100	10.71988	1.07199
	TOTALX_HYUNDAI	61.6211	100	10.37751	1.03775
Pair 2	TOTALY_MARCH	67.2042	100	10.11645	1.01164
	TOTALY_HYUNDAI	61.5104	100	9.21004	.92100

Pada variable *Lifestyle* yang berorientasi pada pengguna *City Car March* didapat rata-rata 61,72 dengan standar deviasi 10,71 dan standar kesalahan rata-rata 1,07 Sedangkan berdasarkan pengguna *City Car Hyundai* diperoleh rata-rata 61,62 dengan standar deviasi 10,37 dan standar kesalahan rata-rata 1,03. Pada aspek *Perceived Quality* yang berorientasi pada pengguna *City Car March* didapat rata-rata 67,20 dengan standar deviasi 10,11 dan standar kesalahan rata-rata 1,01. Sedangkan berdasarkan pengguna *City Car Hyundai* diperoleh rata-rata 61,51 dengan standar deviasi 9,21 dan standar kesalahan rata-rata 0,921

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 TOTALX_March & TOTALX_Hyundai	100	-.007	.947
Pair 2 TOTALY_March & TOTALY_Hyundai	100	.046	.650

Paired Sample Correlations

merupakan korelasi antara *Lifestyle* dan *Perceived Quality* berorientasi pada pengguna *City Car March* dan *City Car Hyundai* Besarnya korelasi *Lifestyle* adalah -0,007 dengan tingkat signifikansi yang dihasilkan adalah sebesar 0,947 dan korelasi *Perceived Quality* adalah 0,046 dengan tingkat signifikansi yang dihasilkan adalah sebesar 0,650.

Paired Samples Test

	Paired Differences				T	df	Sig. (2-tailed)
	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
			Lower	Upper			
TOTALX_MARCH TOTALX_HYUNDAI	14.96976	1.49698	-2.87018	3.07047	.067	99	.947
TOTALY_MARCH TOTALY_HYUNDAI	13.36415	1.33642	3.04199	8.34546	4.260	99	.000

Paired Samples Test atau merupakan hasil uji analisis uji t. Perbedaan rata-rata antar *Lifestyle* pengguna *City Car March* dan pengguna *City Car Hyundai* adalah 0,10014 dengan standar deviasi 14.96976 dan kesalahan rata-rata adalah 1.49698 serta t_{hitung} sebesar 0,067 dengan derajat kebebasan (df) 99 pada taraf kesalahan 5%. Sedangkan, perbedaan rata-rata antar *Perceived Quality* *City Car March* dan *City Car Hyundai* adalah 5.69372 dengan standar deviasi 13.36415 dan kesalahan rata-rata adalah 0,537 serta t_{hitung} sebesar 4.260 dengan derajat kebebasan 99 pada taraf kesalahan 5%. Pada taraf signifikansi (α) = 5% dan derajat kebebasan (df) = 99 diperoleh t_{tabel} sebesar 1,964 Dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan kriteria uji sebagai berikut:

Ho diterima bila : $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ho ditolak bila : $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau

$t_{hitung} > t_{tabel}$

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, karena:

- a. Variabel X_1 (*Lifestyle*)
: $t_{hitung} = 0.067 < t_{tabel} = 1,964$
- b. Variabel X_2 (*Perceived Quality*)
: $t_{hitung} = 4.260 > t_{tabel} = 1,964$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan dampak yang nyata (signifikan) antara persepsi kelompok pengguna *City Car* March dengan kelompok pengguna *City Car* Hyundai atas gaya hidup (*Lifestyle*) sedangkan untuk variable Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*) terdapat perbedaan dampak yang signifikan antara pengguna *City Car* March dengan kelompok pengguna *City Car* Hyundai.

Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan serangkaian pengumpulan data, pengolahan data, penyebaran kuesioner dan pengujian hipotesis dengan tujuan mengetahui bagaimana Perbandingan *Perceived Quality* sebagai dampak *Lifestyle* pada pengguna *City Car* March dan Hyundai, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil interpretasi data penelitian, diperoleh gambaran bahwa secara umum responden yaitu pengguna *City Car* March dan *City Car* Hyundai menilai positif mengenai *Perceived Quality* sebagai dampak langsung dari *Lifestyle* dan berpendapat bahwa *Lifestyle* berperan dalam proses pembentukan *Perceived Quality* (persepsi kualitas) konsumen terhadap produk. Penilaian *Lifestyle* ini terdiri dari Activity, Interest dan Opinion yang diukur menggunakan 21 indikator. *Lifestyle* atau gaya hidup rata-rata bagi sebagian orang merupakan sebuah pilihan untuk dapat tinggal di daerah perkotaan dibanding di pedesaan. Dengan kata lain hal-hal yang berkaitan perkembangan zaman

mulai dari gaya hidup yang berubah-ubah hingga kebutuhan yang meningkat merupakan sebuah pola kehidupan sehari-hari. Sehingga berbagai kendala memaksa orang untuk mendapatkan kebutuhan mereka seefektif dan seefisien mungkin. Oleh karena itu menyesuaikan dengan segala kebutuhan, konsumen membutuhkan produk yang berkualitas serta disesuaikan dengan perkembangan zaman. Secara keseluruhan, penilaian responden terhadap gaya hidup serta kualitas produk merupakan sebuah hubungan yang saling berkorelasi baik. Ini terbukti dengan penilaian responden terhadap perkembangan *Lifestyle* yang menjadi dampak langsung pada hasil dari kualitas dari produk yang dibutuhkan.

2. Berdasarkan hasil interpretasi data penelitian, diperoleh gambaran bahwa secara umum responden yaitu pengguna *City Car* March dan *City Car* Hyundai menilai positif mengenai *Perceived Quality* sebagai dampak langsung dari *Lifestyle* dan berpendapat bahwa *Lifestyle* berperan dalam proses pembentukan *Perceived Quality* (persepsi kualitas) konsumen terhadap produk. Penilaian *Lifestyle* ini terdiri dari Activity, Interest dan Opinion yang diukur menggunakan 21 indikator. *Lifestyle* atau gaya hidup rata-rata bagi sebagian orang merupakan sebuah pilihan untuk dapat tinggal di daerah perkotaan dibanding di pedesaan. Dengan kata lain hal-hal yang berkaitan perkembangan zaman mulai dari gaya hidup yang berubah-ubah hingga kebutuhan yang meningkat merupakan sebuah pola kehidupan sehari-hari. Sehingga berbagai kendala memaksa orang untuk mendapatkan kebutuhan mereka seefektif dan seefisien mungkin. Oleh karena itu menyesuaikan dengan segala kebutuhan, konsumen membutuhkan produk yang berkualitas serta disesuaikan dengan perkembangan zaman. Secara keseluruhan,

penilaian responden terhadap gaya hidup serta kualitas produk merupakan sebuah hubungan yang saling berkorelasi baik. Ini terbukti dengan penilaian responden terhadap perkembangan *Lifestyle* yang menjadi dampak langsung pada hasil dari kualitas dari produk yang dibutuhkan. Berdasarkan analisis data penelitian diperoleh hasil bahwa *Lifestyle* memiliki korelasi yang kuat dengan *Perceived Quality* dan, sehingga *Lifestyle* berpengaruh terhadap *Perceived Quality*. Selain itu, penghitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa hubungan antara *Lifestyle* dan *Perceived Quality* memiliki pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen melebihi 50% untuk *City Car March* dan cukup besar untuk *City Car Hyundai* dan perubahan pada variabel *Lifestyle* akan menyebabkan perubahan yang signifikan pada variabel *Perceived Quality*. Secara keseluruhan kualitas dari kedua produk dikatakan baik. Hal ini dibuktikan dengan *Perceived Quality* (persepsi kualitas) yang memiliki kesan positif baik dari pengguna *City Car March* maupun pengguna *City Car Hyundai*. Meskipun tidak semua pihak merasa terpuaskan dan menilai baik produk *City Car March* dan *City Car Hyundai* namun mayoritas koresponden memberikan nilai yang baik terhadap masing-masing produk *City Car March* dan *Hyundai* perusahaan ini terlihat dari dipercaya nya masing-masing *City Car* yang paling diminati dan memiliki reputasi perusahaan yang baik di mata konsumen mobil.

3. Berdasarkan analisis data penelitian diperoleh hasil bahwa *Lifestyle* memiliki korelasi yang kuat dengan *Perceived Quality* dan, sehingga *Lifestyle* berpengaruh terhadap *Perceived Quality*. Selain itu, penghitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa hubungan antara *Lifestyle* dan *Perceived Quality* memiliki

pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen melebihi 50% untuk *City Car March* dan cukup besar untuk *City Car Hyundai*, dan perubahan pada variabel *Lifestyle* akan menyebabkan perubahan yang signifikan pada variabel *Perceived Quality*. Secara keseluruhan kualitas dari kedua produk dikatakan baik. Hal ini dibuktikan dengan *Perceived Quality* (persepsi kualitas) yang memiliki kesan positif baik dari pengguna *City Car March* maupun pengguna *City Car Hyundai*. Meskipun tidak semua pihak merasa terpuaskan dan menilai baik produk *City Car March* dan *City Car Hyundai* namun mayoritas koresponden memberikan nilai yang baik terhadap masing-masing produk *City Car March* dan *Hyundai* perusahaan ini terlihat dari dipercaya nya masing-masing *City Car* yang paling diminati dan memiliki reputasi perusahaan yang baik di mata konsumen mobil.

Berdasarkan analisis data penelitian diperoleh hasil bahwa *Perceived Quality* memiliki korelasi moderate dengan *Lifestyle*, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Perceived Quality* memberikan dampak terhadap *Lifestyle*. Berdasarkan tabel output, nilai KD (R-Square) bernilai 0,230 atau 23% (*City Car March*) dan 0,192 atau 19,2% (*City Car Hyundai*). Koefisien determinasi memiliki arti bahwa angka tersebut dari variasi variabel *Perceived Quality* dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *Lifestyle*. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model variabel yang diteliti.

Berdasarkan data penelitian diperoleh gambaran bahwa bahwa tidak terdapat perbedaan yang nyata (signifikan) antara persepsi kelompok pengguna *City Car March* dengan kelompok pengguna *City Car*

Hyundai atas gaya hidup (*Lifestyle*), sedangkan untuk variable Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*) terdapat perbedaan yang signifikan antara pengguna City Car March dengan kelompok pengguna City Car Hyundai. Besarnya perbedaan pengaruh tersebut dapat dikarenakan subyektifitas penilaian dari setiap masing – masing pengguna City Car yang tidak memiliki standardisasi penilaian kemudian hal yang mendukung lainnya yaitu setiap perusahaan sendiri memiliki koresponden yang relative memiliki selera serta keinginan yang berbeda.

6. REFERENSI

- Aaker, David., V. Kumar, dan Robert P. Leone. 2011. *Marketing Research*, Tenth Edition. Wiley.
- Brown, James Dean. 2011. *Likert items and scales of measurement?*, SHIKEN: JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter. March 2011, 15(1) 10-14
- Choong Lee .2011.*The Rise Of Korean Automobile Industry Analysis And Suggestions*.
- Cristian-Stefan,2013.*The Improvement of Services Quality*
- Data Police Registration Jawa Barat, 2012 .*Penjualan City Car Indonesia*
- Del I Hawkins and David L Mothersbaugh 2013, *Consumer Behavior*,Twelfth Edition Mc Graw-Hill International Edition
- Eun Jung Choi 1 and Soo-Hyun Kim ,2013.*The Study of the Impact of Perceived Quality and Value of Sosial Enterprises on Customer Satisfaction and Re-Purchase Intention*
- Eva &Evelina Cecilie . “A study about different factors affecting consumer preferences”
- Frank, Elena & Eva Martinez. 2006. *Environmental values and Lifestyle s as determining factors of ecological consumer behaviour: an empirical analysis*.
- Guilford J.P. dan Fruchter B (1973), *Fundamental Statistics in Psychology and Education*, Mc.Graw Hill B.C., New York.
- Islam Md Monirul dan Jang Hui Han,PhD,2012.*Perceived Quality and Attitude Toward Tea & Coffee by Consumer*
- Keller,Kotler ,2012 ,*Marketing Management* ,Fourteen Edition Pearson Education
- Leon, G.Schiffman and Leslie Lazer Kanuk, 2010,*Consumer Behaviour* ,10th Edition Upper Saddle River ;New Jersey ,USA
- Devine, David M., Stephan, David F., Krehbiel, Timothy C., Berenson, Mark L., 2011. *Statistik for Managers Using Microsoft Excel, Global Edition*, Sixth Edition, Pearson
- Maholtra, K. Naresh. 2010. *Marketing Research An Applied Orientation*, Sixth Edition
- Mohd Rizaimy Shahrudin , Suhardi Wan Mansor , Anita Abu Hassan , Maznah Wan Omar and Etty Harniza Harun , 2011.*The relationship between product quality and purchase intention: The case of Malaysia’s national motorcycle/scooter manufacture*
- Porto et al .2012. “*Perceived Quality of life and physical activity in Brazilian older adults*”
- Robert M. Kaplan & Dennis P. Saccuzzo. 2009 *Psychological Testing Principles, Applications, and Issues*, Wadsworth, Cengage Learning
- S.Sathish dan DR.A.Rajamohan,2012.*Consumer Behaviorand Lifestyle Marketing*
- Sanpet Panusborde.2012.”*Country of Brand Importance and its Effects on Quality Perception: Study Automobile Industry in Thailand*”
- Sime,Vickery, Shawnee; Droge, Cornelia .2000.*Quality RelatedAction Programs: Their Impat on Quality Performance and Firm Performane*
- Solomon,R.Michael.2013.*Consumer Behavior*, Tenth Edition. Pearson Education
- Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ke-18, Bandung: CV.Alfabeta.
- Syarifudin Hidayat, 2010.*Metode Penelitian*Bandung: Penerbit Bandar. Maju

Upper Saddle River ;New Jersey ,USA
Taylor, Richard 2010. *Interpretation of the Correlation Coefficient: A Basic Review*, International Journal of Diagnostic Medical
Yannes Martinus Pasaribu . 2008. *Desain mobil dan Gaya Hidup Masyarakat Kota Indonesia*, Jurnal Ilmu Desain Vol 3 No 1 hlm 49-56

Website

(Sumber:http://gaikindo.or.id/index.php?option=com_content&task=view&id=396&Itemid=1) diakses tanggal 18 maret 2013)

(http://gaikindo.or.id/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=0&Itemid=110) diakses 12 Desember 2012)

(Sumber:http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/358164-persaingan-sengit-City_Car--siapa-menang- diakses 15 Maret 2013)

(Sumber:
<http://www.wtcm2.com/News%20Papers/Warta%20Kota%207.html> diakses 15 April 2013)

(Sumber:<http://www.ijogading.com/2013/01/8-mobil-paling-irit-dan-murah-di.html> diakses 15 April 2013)

(Sumber:<http://rri.co.id/index.php/editorial/113/Geliat-Meningkatnya-Kelas-Menengah-Indonesia#.UaHMfdjRZJE>)diakses 26 Mei 2013

(Sumber:http://teknoku.blogspot.com/2013/02/fungsi-catalytic-converter_kendaraan.html) Diakses 25 Mei 2013

**Pengaruh Sanksi Administrasi Pajak dan Biaya Kepatuhan Terhadap Kepatuhan
Waji Pajak Orang Pribadi
(Studi Survei Pada KPP Pratama Bandung Tegalega)**

Putri Gantine Lestari
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email : putrigantine@unibi.ac.id

ABSTRAK

Jumlah wajib pajak dari tahun ke tahun semakin bertambah, namun tidak diimbangi dengan kepatuhan wajib pajak dalam membayar pajak. Penelitian ini mengkaji tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi pada KPP Pratama Bandung Tegalega. Populasi dalam penelitian ini wajib pajak orang pribadi yang ada di Kantor Pelayanan Pajak Bandung Tegalega. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *simple random sampling*. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data primer yang dipakai adalah dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa sanksi administrasi pajak secara parsial berpengaruh positif signifikan dengan kontribusi pengaruh yang diberikan adalah 25,3%, biaya kepatuhan secara parsial berpengaruh negatif signifikan dengan kontribusi pengaruh yang diberikan adalah 22,2%, dan secara simultan sanksi administrasi pajak dan biaya kepatuhan berpengaruh signifikan dengan kontribusi pengaruh 47,5%.

Kata Kunci : Sanksi administrasi pajak, biaya kepatuhan, dan kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

ABSTRACT

The number of taxpayers from year to year are increase. However, increasing the number of taxpayers are not offset with tax compliance in paying taxes. This research examines the level of compliance of individual taxpayer on KPP Pratama Bandung Tegalega. The method used in this research is an explanatory method with a survey approach. The population in this research are the individual taxpayers in Tax Office Bandung Tegalega. To taking the sample used by simple random method. The number of samples is determined as many as 100 people. Primary data collection method used in this research by using a questionnaire. Data analysis techniques used in this research is multiple linear regression analysis technique. Based on the results of research, administrative sanction tax partially has positive and significant effect on individual taxpayers with the contribution given 25.3%. the compliance cost has negative and significant effect to the individual taxpayer compliance with the contribution given was 22.2%, and administrative tax sanctions and compliance costs have a significant effect to individual taxpayer compliance with the contribution effect 47.5%.

Keyword: Administrative sanctions tax, compliance tax, and individual taxpayer compliance

1. PENDAHULUAN

Penerimaan pajak merupakan sumber pembiayaan negara yang dominan baik untuk belanja rutin maupun pembangunan (Suryadi, 2006). Masih menurut Suryadi, bagi Indonesia penerimaan pajak sangat besar peranannya dalam mengamankan anggaran negara dalam APBN setiap tahun, yang digunakan sebagai sumber dana bagi pemerintah dalam melaksanakan pembangunan. Dana yang diperlukan itu salah satunya bersumber dari pungutan berupa pajak dari rakyatnya (Siti Kurnia, 2010). Berikut tabel dan grafik pendapatan bruto pajak dan bukan pajak tahun 2009 dan 2010 yang diambil dari laporan keuangan DJP pajak.go.id.

Tabel 1.1
Pendapatan Bruto Pajak dan Bukan
Pajak Tahun 2009 dan 2010

Uraian	TA. 2010	TA. 2009	% Naik (Turun)
Pendapatan Pajak	667.604.733.871.181	575.432.696.759.361	16,02
Pendapatan PNPB	7.905.508.192	9.909.771.027	(11,27)
Pendapatan Hibah	0	0	0,00
Jumlah	667.612.639.469.373	575.441.606.530.388	16,02

Tabel 1.1 adalah uraian penerimaan bruto negara berupa pajak dan non pajak pada tahun 2009 dan 2010. Tabel tersebut menunjukkan bahwa Realisasi Pendapatan Bruto Direktorat Jenderal Pajak yang berakhir 31 Desember 2010 adalah sebesar Rp 667.612.639.469.373,00 dan apabila dengan memperhitungkan pengembalian pendapatan sebesar Rp 40.141.311.969.968,00 realisasi Pendapatan Neto menjadi sebesar Rp 627.471.327.499.405,00 atau mencapai 94,86 persen dari estimasi yang ditetapkan untuk Tahun Anggaran 2010 sebesar Rp 661.504.155.660.295,00. Dibandingkan realisasi pendapatan pajak Tahun Anggaran 2009, Pendapatan Bruto Tahun Anggaran 2010 mengalami kenaikan sebesar Rp 92.171.032.938.985,00 atau 16,02 persen. Kenaikan tersebut berasal dari kenaikan

Penerimaan Perpajakan sebesar Rp 92.172.037.111.820,00 dan penurunan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) sebesar Rp 1.004.172.835,00. Dari tabel 1.1 kita dapat mengetahui bahwa pajak merupakan penerimaan negara yang paling besar dan sangat penting untuk membangun negara. Oleh karena itu, sudah semestinya wajib pajak patuh terhadap peraturan yang berlaku dan memenuhi kewajibannya sebagai seorang wajib pajak.

Fakta yang ditemukan di lapangan, tingkat kepatuhan masih tergolong rendah sementara tingkat wajib pajak yang terdaftar mengalami peningkatan, seperti berita yang diketik oleh Hendra Kusuma yang diambil dari media economy.okezone.com hari Selasa, 16 Juli 2013 dalam judul **“Kepatuhan Pajak Pribadi Baru Mencapai 41,6%”** mengatakan direktorat jenderal pajak mencatat dari 60 juta masyarakat yang harus membayar wajib pajak pribadi baru 25 juta yang membayar atau sekitar 41,6 persen, sedangkan untuk wajib pajak badan DJP mencatat dari sekitar lima juta wajib pajak badan yang memiliki laba, baru sekitar 520 wajib pajak yang membayar pajak.

Kepatuhan perpajakan adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara (Menteri Keuangan No.544/KMK.04/2000). Kriteria kepatuhan wajib pajak sendiri adalah tepat waktu dalam menyampaikan SPT, tidak mempunyai tunggakan pajak, menyelenggarakan pembukuan dan tidak pernah dijatuhi hukuman karena melakukan tindak pidana di bidang perpajakan. Untuk memenuhi kriteria tersebut, dibutuhkan tindakan preventif agar wajib pajak dapat membayar dan melaporkan SPT tepat waktu. Cara efektif agar wajib pajak menjadi wajib pajak yang patuh adalah dengan menerapkan sanksi tanpa pandang bulu dan dilaksanakan secara konsekuen (Ilyas dan Burton, 2010). Pengertian Sanksi perpajakan itu sendiri adalah :

“sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan akan dituruti/ditaati/dipatuhi. Atau bisa dengan kata lain sanksi perpajakan

merupakan alat pencegah (preventif) agar Wajib Pajak Tidak melanggar norma perpajakan.”(Mardiasmo, 2011)

Pada hakikatnya, pengenaan sanksi perpajakan diberlakukan untuk menciptakan kepatuhan dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Oleh karena itu, penting bagi wajib pajak memahami sanksi-sanksi perpajakan sehingga mengetahui konsekuensi hukum dari apa yang dilakukan ataupun tidak dilakukan. Sanksi diperlukan untuk memberikan pelajaran bagi pelanggar pajak. Dengan demikian, diharapkan agar peraturan perpajakan dipatuhi oleh para wajib pajak.

Selain sanksi administrasi yang harus diperhatikan, wajib pajak juga harus mengeluarkan sejumlah biaya untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Biaya ini biasa disebut dengan *Compliance Cost*. Biaya kepatuhan adalah biaya yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam memenuhi persyaratan perpajakan yang dikenakan pada mereka oleh hukum dan otoritas tertentu (Sandford, 1989).

Biaya kepatuhan bukan hanya dalam artian uang (*Direct Money Cost*), tetapi juga waktu (*Time Cost*) dan pikiran (*Psychological Cost*). Wajib Pajak yang telah berusaha patuh untuk membayar kewajibannya sesuai dengan ketentuan peraturan Undang-Undang perpajakan yang berlaku, berharap agar dapat mengeluarkan biaya-biaya seminimal mungkin yang terkait dengan pemenuhan kewajiban pajaknya. Oleh sebab itu, apabila biaya kepatuhannya berubah maka akan berpengaruh juga terhadap kepatuhan itu sendiri.

Berdasarkan uraian di atas, keberhasilan penerimaan pajak suatu negara tergantung kepada upaya pemerintahnya dalam meningkatkan kepatuhan dan menekan tindakan manipulasi pajak. Beberapa langkah yang dapat dilakukan pemerintah antara lain menciptakan pelayanan publik yang profesional, mengelola uang pajak secara adil dan transparan, membuat peraturan perpajakan yang mudah dipahami wajib pajak dan meningkatkan tindakan penegakan hukum kepada Wajib Pajak yang tidak patuh.

2. KAJIAN TEORI

Sanksi Perpajakan

Sanksi perpajakan merupakan jaminan bahwa ketentuan peraturan Undang-Undang perpajakan (norma perpajakan) akan dituruti /ditaati/ dipatuhi. Atau bisa dengan kata lain sanksi perpajakan merupakan alat pencegah (preventif) agar wajib pajak tidak melanggar norma perpajakan (Mardiasmo, 2011).

Landasan hukum mengenai sanksi administrasi diatur dalam masing-masing pasal Undang-Undang Ketentuan Umum Perpajakan. Sanksi administrasi dapat dijatuhkan apabila wajib pajak melakukan pelanggaran terutama atas kewajiban yang ditentukan dalam Undang-Undang Ketentuan Umum Perpajakan.

Macam-Macam Sanksi Perpajakan

Dalam undang-undang perpajakan dikenal dua macam sanksi, yaitu Sanksi pidana dan Sanksi administrasi (Mardiasmo, 2011). Ancaman terhadap pelanggaran suatu norma perpajakan ada yang diancam dengan sanksi administrasi saja, ada yang diancam dengan sanksi pidana saja, dan ada pula yang diancam dengan sanksi administrasi dan pidana.

Perbedaan di antara keduanya terletak pada konsekuensinya. Pada sanksi administrasi, konsekuensinya adalah pembayaran kerugian kepada negara berupa bunga dan kenaikan, sedangkan pada sanksi pidana, konsekuensinya adalah siksaan atau penderitaan.

Biaya Kepatuhan

Selain sanksi administrasi yang harus diperhatikan, wajib pajak juga harus mengeluarkan sejumlah biaya untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Untuk mewujudkan pemasukkan pajak ke dalam kas negara, maka dibutuhkan biaya-biaya, yang dalam literatur perpajakan disebut sebagai *tax operating cost*, yang terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan pemerintah untuk memungut pajak yang disebut sebagai *administrative cost* dan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya yang disebut *compliance cost* atau biaya kepatuhan.

Pengertian biaya kepatuhan dikemukakan oleh Sanford (1898). Sanford mengatakan bahwa biaya kepatuhan adalah:

“Biaya Kepatuhan adalah biaya yang dikeluarkan oleh wajib pajak dalam memenuhi persyaratan perpajakan yang dikenakan pada mereka oleh hukum dan otoritas tertentu”

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa *compliance cost* adalah semua biaya baik secara fisik maupun psikis yang harus dipikul oleh wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Biaya kepatuhan terdiri dari antara lain *fee* untuk konsultan/akuntan, biaya pegawai, biaya transport ke kantor pajak/bank/kas negara, dan biaya fotokopi sebagai biaya fisik, dan biaya psikis berupa stres, keingintahuan, dan kekhawatiran. Makin rendah biaya kepatuhan, makin mudah bagi wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Kelompok Biaya Kepatuhan

- A. *Direct Money Cost*
Direct Money cost adalah biaya yang spesifik yang terjadi di mana kita bisa secara langsung mengetahui jumlah uang yang dikeluarkan. Seperti membeli buku atau yang terkait dengan perpajakan, membayar pegawai yang menangani pajak, ongkos perjalanan, kertas surat, menyewa konsultan pajak, biaya kursus/seminar perpajakan, dan membeli software perpajakan (Noor Sharoja dan Mazni, 2007).
- B. *Time Cost*
Time Cost yaitu biaya waktu yang terpakai oleh wajib pajak dalam melakukan pemenuhan kewajiban pajak (Sanford, 1898). Untuk menghitung pembiayaan ini, kita juga harus memperhitungkan *opportunity cost*. Contoh dari time cost adalah waktu yang terpakai untuk membaca formulir SPT dan buku petunjuknya, waktu untuk berkonsultasi dengan konsultan pajak, waktu yang terpakai untuk pergidan pulang ke kantor pajak, waktu untuk menyetorkan pajak, dan sebagainya.

- C. *Psychological Cost*
Psychological cost adalah rasa cemas karena telah melakukan *tax evasion*. Juga rasa cemas dan rasa keingintahuan wajib pajak timbul pada saat-saat menunggu hasil pemeriksaan atau hasil pengajuan keberatan dan banding (Sanford, 1898).

Kepatuhan Wajib Pajak

Kepatuhan wajib pajak menurut Menteri Keuangan No.192/PMK.03/2007 adalah tindakan wajib pajak dalam pemenuhan kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan pelaksanaan perpajakan yang berlaku dalam suatu negara.

Norman D. Nowak dalam Mohammad Zain (2007) mendefinisikan kepatuhan wajib pajak sebagai suatu iklim kepatuhan dan kesadaran pemenuhan kewajiban perpajakan, yang tercermin dalam situasi dimana :

1. Wajib pajak paham atau berusaha memahami semua ketentuan perundang-undangan perpajakan.
2. Mengisi formulir pajak dengan lengkap dan jelas
3. Menghitung pajak yang terutang dengan benar
Membayar pajak yang terutang tepat pada waktunya

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Secara Parsial:

- H₁: Sanksi Administrasi berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.
- H₂: Biaya Kepatuhan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

Secara Simultan:

- H₁: Sanksi Administrasi Pajak dan Biaya Kepatuhan berpengaruh terhadap kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi.

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Sanksi Administrasi Pajak sebagai variabel bebas (*independent variabel*) pertama (X_1), Biaya kepatuhan sebagai variabel bebas (*independent variabel*) kedua (X_2) dan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi sebagai variabel terikat (*dependent variabel*).

Populasi dalam penelitian ini adalah Wajib Pajak Orang Pribadi yang terdaftar pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Tegalega yang berada di Jl. Soekarno-Hatta No.216 Bandung.

Berdasarkan data dari KPP Pratama Bandung Tegalega, jumlah wajib pajak orang pribadi hingga akhir tahun 2017 tercatat sebanyak 87.293, maka dari itu jumlah sampel untuk penelitian dengan tingkat *margin of error* 10% adalah :

$$n = \frac{87.293}{1 + 87.293 (0,1)^2}$$

$$n = 99,88$$

$$= 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 Wajib Pajak Orang Pribadi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Explanatory* dengan pendekatan survei. Metode *Explanatory* adalah metode yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis.

4. HASIL PENELITIAN DAN Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.1
Hasil Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel *output SPSS* di atas, diperoleh informasi bahwa nilai konstanta (a) yang diperoleh adalah sebesar 20,471 dengan arah koefisien regresi (b_i) sebesar 0,329 X_1 dan - 0,302 X_2 , sehingga persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$\text{Kepatuhan WPOP (Y)} = 20,471 + 0,329 (\text{Sanksi Administrasi Pajak}) - 0,302 (\text{Biaya Kepatuhan})$$

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 4.2

Koefisien Korelasi Berganda

Berdasarkan table 4.21, terlihat nilai koefisien korelasi simultan (R) yang diperoleh adalah sebesar 0,689 dan termasuk dalam kategori hubungan yang "Kuat" berada pada interval korelasi "0,60 – 0,799". Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara simultan terdapat hubungan yang kuat antara sanksi administrasi pajak dan biaya kepatuhan dengan kepatuhan wajib pajak orang pribadi.

Koefisien Determinasi Parsial

Tabel 4.3
Koefisien Determinasi Parsial

Coefficients^a

Model		Standardized Coefficients	
		Beta	Partial Correlation
1			
	Sanksi Administrasi Pajak (X1)	.430	.578
	Biaya Kepatuhan (X2)	-.400	-.558

a. Dependent Variable: Kepatuhan WPOP (%)

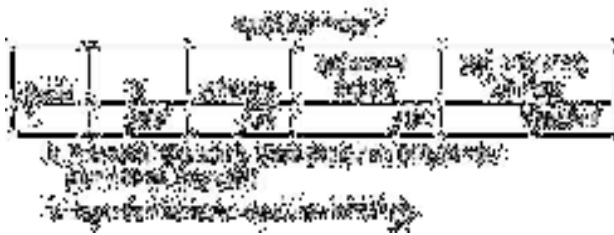
Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh informasi bahwa sanksi administrasi pajak memberikan kontribusi pengaruh paling dominan terhadap kepatuhan WPOP dengan kontribusi pengaruh yang diberikan sebesar 25,3%, sedangkan biaya kepatuhan memberikan

kontribusi pengaruh sebesar 22,2% sehingga total pengaruh yang diberikan keduanya adalah sebesar 47,5%.

Koefisien Determinasi Simultan

Tabel 4.4

Koefisien Determinasi Simultan



Berdasarkan tabel *output SPSS* di atas, dapat dilihat bahwa nilai R^2 yang diperoleh adalah sebesar 0,475 atau 47,5%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara simultan sanksi administrasi pajak dan biaya kepatuhan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 47,5% terhadap kepatuhan WPOP, sedangkan sebanyak $(1-R^2)$ 52,5% sisanya merupakan besar kontribusi pengaruh dari faktor lain yang tidak diteliti.

Uji t

Tabel 4.5

Uji t (Pengujian Hipotesis Parsial)

Model	t_{hitung}	t_{tabel} (0,05;97)	Sign.	α	Keputusan	Kesimpulan
$X_1 \rightarrow Y$	5,563	1,985	0,000	0,05	Ho ditolak	Signifikan
$X_2 \rightarrow Y$	-5,105	-1,985	0,000	0,05	Ho ditolak	Signifikan

Interpretasi untuk hasil pengujian hipotesis parsial di atas adalah sebagai berikut :

1. Pada tabel di atas, terlihat nilai t_{hitung} untuk sanksi administrasi pajak adalah sebesar $5,563 > t_{tabel (0,05;97)} (1,985)$ sehingga sesuai dengan kriteria pengujian adalah menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti secara parsial sanksi administrasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan WPOP.
2. Pada tabel di atas, terlihat nilai t_{hitung} untuk biaya kepatuhan adalah sebesar $-5,105 > -t_{tabel (0,05;97)} (-1,985)$ sehingga sesuai dengan kriteria pengujian adalah menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti secara parsial biaya kepatuhan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepatuhan WPOP.

Uji F

Tabel 4.6

Uji F (Pengujian Hipotesis Simultan)



Berdasarkan tabel *output SPSS* di atas, diketahui nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah sebesar $43,913 > F_{tabel (0,05;2;97)} (3,090)$ sehingga sesuai dengan kriteria pengujian hipotesis adalah menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti secara simultan sanksi administrasi pajak dan biaya kepatuhan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan WPOP.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada hakikatnya, penerapan sanksi perpajakan diberlakukan untuk menciptakan kepatuhan dalam

melaksanakan kewajiban perpajakannya dan sanksi diperlukan untuk memberikan pelajaran bagi pelanggar pajak. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan didasarkan pada hasil pengolahan, dapat diketahui secara parsial sanksi administrasi pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Bandung Tegalega, artinya apabila sanksi administrasi pajak meningkat dan telah dijalankan dengan baik dan tegas maka kepatuhan wajib pajak orang pribadi akan meningkat.

2. Selain sanksi administrasi yang harus diperhatikan, wajib pajak juga harus mengeluarkan sejumlah biaya untuk memenuhi kewajiban pajaknya. Biaya ini disebut dengan biaya kepatuhan (*compliance cost*). Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan didasarkan pada hasil pengolahan, dapat diketahui secara parsial biaya kepatuhan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP Pratama Bandung Tegalega, artinya semakin tinggi biaya kepatuhan maka kemungkinan wajib pajak membayar pajak akan semakin menurun.
3. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dan didasarkan pada hasil pengolahan, dapat diketahui sanksi administrasi pajak dan biaya kepatuhan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi di KPP pratama Bandung Tegalega, artinya sanksi administrasi dan biaya kepatuhan dapat mempengaruhi kepatuhan wajib pajak orang pribadi secara signifikan.

Daftar Pustaka.

- B. Ilyas, Wirawan dan Richard Burton. 2010. "*Hukum Pajak*". Jakarta: Salemba Empat.
- Harun, Al- Rasyid, 2004. "*Tekhnik penarahajan sample Dan Penyusunan skala*". (bahan kuliah) : Program Pasca Sarjana UNPAD. Bandung.
- Indriantoro Nur,bambang supomo.2002."*Metodologi penelitian bisnis*".Cetakan Kedua.Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- kurnia rahayu,Siti. 2010. "*Perpajakan indinesia*".yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kusnendi.2005."*Analisis Jalur Konsep dan Aplikasi Program Spss*".Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia
- Mardiasmo.2011."*Perpajakan edisi revisi 2011*".Jakarta:Andi Yogyakarta
- Narimawati,Umi.2007."*RisetManajemendan SumberDayaManusia*". Jakarta: Agung Media.
- Nazir, Moh.2011."*Metode Penelitian*". Cet. VII. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Resmi, Siti. 2011. "*Perpajakan: Teori dan Kasus*". Salemba Empat, Jakarta.
- Safri,Nurmantu.2010."*Pengantar Perpajakan*".Jakarta: Granit.
- Sari,Diana. 2013. "*Konsep dasar perpajakan*". Bandung: Refika Aditama.
- Sekaran, Uma. 2006. "*Metode Penelitian Untuk Bisnis*". Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Syofian.2010."*Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*". Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Soemitro, Rochmat. 2004. "*Asas dan Dasar Perpajakan 2*". Bandung : PT Refika

- Aditama.
- Suandy, Erly. 2005. *"Hukum Pajak"*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supriati. 2012. *"Metode Penelitian"*. Bandung: Labkat Press UNIKOM.
- Waluyo. 2011. *"Perpajakan Indonesia"*. Jakarta: Salemba Empat.
- Zain, Mohammad. 2007. *"Manajemen Perpajakan"*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prasetyo, Adinur. 2008. *Biaya Transaksi Dalam Perhitungan Pajak*. Jurnal Skripsidan Tesis.
- Sanford, Cedric. 1989. *"Administrative and Tax Compliance costs of taxation"*. Dalam Sanford.
- Sarker, Tapan K. 6 JUNE 2003. *"Improving Tax Compliance in Developing Countries via Self-Assessment Systems Vol. 9, No. 6"*.
- Sharoja Sapiei, Noor dan Mazni binti Abdullah. 2007. *"The Compliance Cost Of Individual Income Taxation In A Developing Country: The Example Of Malaysia"*. Proceedings of the 13th Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Australia, 2007, 338-343

Peraturan Undang-Undang

- PERATURAN MENTERI KEUANGAN NOMOR 192/PMK.03/2007 TENTANG TATA CARA PENETAPAN WAJIB PAJAK DENGAN KRITERIA TERTENTU DALAM RANGKA PENGEMBALIAN PENDAHULUAN KELEBIHAN PEMBAYARAN PAJAK
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan ketiga atas undang-undang nomor 6 tahun 1983 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan.
- SUPADMI, NI LUH. 2005. *"MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK MELALUI KUALITAS PELAYANAN"*. Jurnal Skripsi
- Suryadi. 2006. *"Model Hubungan Kausal Kesadaran, Pelayanan, Kepatuhan Wajib Pajak Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Penerimaan Pajak"*. Jurnal Keuangan Publik, 4(1), 105-121.

Jurnal

- B. Ilyas, Wirawan. 18 OKTOBER 2011. *"Kontradiktif Sanksi Pidana Dalam Hukum Pajak"*. JURNAL HUKUM NO. 4 VOL. 18
- OECD Centre for Tax Policy and Administration. 2004. *"Managing and Improving Tax Compliance"*

MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PENGUNJUNG PERPUSTAKAAN DI POLITEKNIK TRI MITRA KARYA MANDIRI

Sukardi¹⁾, Taufan Gojali²⁾

^{1,2} Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri Karawang

Email : ids.sukardi@yahoo.co.id¹⁾, taufangojali68@gmail.com²⁾

Abstrak

Layanan pelanggan didefinisikan sebagai kemampuan organisasi untuk secara konsisten memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya. Di dunia usaha, penekanan pada layanan pelanggan telah digambarkan sebagai konsep pemasaran bisnis pengelolaan. Ketika sebuah organisasi mengadopsi konsep pemasaran, ia bergerak dari orientasi produk ke orientasi pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya. Tujuan jurnal ini dibuat untuk mengetahui tingkan kepuasan pengunjung perpustakaan di Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri, pada jurnal ini penulis akan menggunakan tiga metode yang diambil dari beberapa jurnal, metode yang pertama adalah Survei berbasis kuesioner, yang kedua menggunakan metode kualitatif dan yang terakhir menggunakan metode pengkajian ulang dan hasil yang diinginkan adalah agar penulis bisa memperbaiki pelayanan pada pengunjung perpustakaan dan agar dapat mengetahui apa saja kekurangan yang ada pada pelayanan perpustakaan saat ini. Hasil yang didapat adalah 52% pengunjung perpustakaan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan, 13% sangat puas, 28% tidak puas dan 6% sangat tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan.

Keywords: *pelayanan pelanggan, perpustakaan, kuesioner*

Abstract

Customer service is defined as the ability of an organization to consistently meet the needs and expectations of its customers. In the business world, the emphasis on customer service has been described as a marketing business management concept. In the business world, the emphasis on customer service has been described as a marketing business management concept. Customer satisfaction can be felt after customers compare their experiences in purchasing goods / services from sellers or providers of goods / services with the expectations of the buyers themselves. This expectation is formed through their first experience in buying goods / services, comments from friends and acquaintances, as well as promises and information from marketers and competitors. Marketers who want to excel in competition must certainly pay attention to customer expectations and customer satisfaction. The purpose of this journal is made to determine the level of satisfaction of library visitors in the Tri Mitra Karya Mandiri Polytechnic, in this journal the author will use three methods taken from several journals, the first method is a questionnaire-based survey, the second uses qualitative methods and the last uses assessment methods Repeat and the desired result is that the writer can improve the service to library visitors and to be able to find out what the deficiencies that exist in

library services at this time. The results obtained are 52% of library visitors satisfied with the services provided by the library, 13% are very satisfied, 28% are not satisfied and 6% are very dissatisfied with the services provided by the library.

Keywords: *customer service, library, questionnaire*

1. PENDAHULUAN

Layanan pelanggan didefinisikan sebagai kemampuan organisasi untuk secara konsisten memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya. Di dunia usaha, penekanan pada layanan pelanggan telah digambarkan sebagai konsep pemasaran bisnis pengelolaan. Ketika sebuah organisasi mengadopsi konsep pemasaran, ia "bergerak dari orientasi produk ke orientasi pelanggan. . . Landasan konsep pemasaran adalah filosofi bisnis yang tidak menyurutkan pikiran karyawan yang kepuasan pelanggan sangat penting. Semua energi diarahkan untuk memuaskan pelanggan "(Kaliski, 2001). Menurut konsep pemasaran, organisasi harus menentukan apa yang diinginkan pelanggan dan menggunakan informasi ini untuk menciptakan produk dan layanan yang memuaskan. Menyediakan layanan pelanggan yang sangat baik memerlukan segala upaya untuk memuaskan permintaan pelanggan. Selama bertahun-tahun perpustakaan telah mengadopsi strategi layanan pelanggan yang sukses dari dunia usaha. Banyak perpustakaan akademik di India sekarang menyediakan akses sepanjang waktu ke perpustakaan untuk memenuhi permintaan lebih lama oleh siswa. kuesioner

Jurnal lainnya juga menyebutkan Tujuannya adalah untuk mengeksplorasi sifat layanan pelanggan di lingkungan perpustakaan akademik dan cara pengelolaannya dapat didekati dengan baik di lingkungan elektronik dan metode yang digunakan yaitu menggunakan dua fasa metodologi. Pertama adalah analisis isi literatur tentang layanan pelanggan di perpustakaan. Ini diikuti dengan pendekatan pengumpulan data kualitatif. Jurnal lainnya menyebutkan bahwa jurnalnya bertujuan untuk membahas kemungkinan teori pemasaran hubungan di Indonesia Kerangka konsep Perpustakaan 2.0. Makalah ini memberikan gambaran umum dari berbagai pendekatan untuk memasukkan konsep pemasaran hubungan di Perpustakaan dan Ilmu

Perpustakaan telah menemukan bahwa siswa masih membutuhkan interaksi manusia meskipun kemudahan akses digital. Teknologi menggerakkan kita menuju pengajaran dan pembelajaran 24 jam. Perpustakaan 24 jam sehari, tujuh hari seminggu mengakomodasi siswa yang ingin bekerja pada jam mereka sendiri. Jurnal lainnya juga menyebutkan Informasi bersifat user-driven, kualitas dan ketersediaannya secara tepat waktu memberikan kontribusi signifikan dalam efektivitas dan efisiensi proses pengambilan keputusan dan metode yang digunakan adalah metode pengkajian ulang. Pada jurnal sebelumnya menyatakan Penelitiannya bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi pengguna tentang kinerja layanan pelanggan Perpustakaan Universitas Dhaka. Survei berbasis kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan informasi demografis responden dan tanggapan mereka terhadap item berdasarkan pada 7 titik Likert, skala jenis dan Metode yang digunakan yaitu survei berbasis kuesioner. Dan jurnal yang lainnya menyebutkan Konsep pemasaran secara luas berlaku di perpustakaan dan informasi lingkungan Hidup dan metode yang digunakan adalah metodologi penelitian berbasis

Informasi berdasarkan tinjauan literatur. Makalah ini akan mempertimbangkan arah topik saat ini dan masa depan dalam pengembangan *Library 2.0*. dan metode yang digunakan adalah metode pemasaran baru.

Jurnal yang lainnya pun menyebutkan bahwa Studi ini mencakup 125 artikel tentang pemasaran layanan perpustakaan dan informasi selama periode 1980-2008 yang terutama mencakup literatur yang diterbitkan di India, literatur yang diterbitkan oleh penulis India dalam publikasi luar negeri, dan literatur yang diterbitkan oleh penulis asing di India. Pertumbuhan sastra tahun telah ditunjukkan; Penulis terkemuka, jurnal produktif telah diidentifikasi dan metode yang digunakan adalah menggunakan cara mengumpulkan rincian

bibliografi dari artikel yang diterbitkan selama periode 1980 sampai 2003 diperoleh dari database diciptakan oleh *Indian Institute of Management*.

Tujuan jurnal ini dibuat untuk mengetahui tingkan kepuasan pengunjung perpustakaan di Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri dikarenakan masih banyak mahasiswa yang tidak mengunjungi perpustakaan karena sarana dan prasaranannya kurang, kurang lengkapnya koleksi buku yang ada, maka dari itu jurnal ini dibuat untuk mengetahui itu semua, pada jurnal ini penulis akan menggunakan tiga metode yang diambil dari beberapa jurnal, metode yang pertama adalah Survei berbasis kuesioner, yang kedua menggunakan metode kualitatif dan yang terakhir menggunakan metode pengkajian ulang dan hasil yang diinginkan adalah agar penulis bisa memperbaiki pelayanan pada pengunjung perpustakaan dan agar dapat mengetahui apa saja kekurangan yang ada pada pelayanan perpustakaan saat ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepuasan Pelayanan Terhadap Pelanggan

Pelayanan merupakan sebuah perjanjian yang tersirat antara penyedia pelayanan pelanggan dan penerima jasa untuk saling menukar suatu nilai dengan nilai yang lain. (Chip R. Bell dan Bilijack).

2.2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat terlihat jika pelanggan membandingkan pelayanan dari satu penjual kepada penjual lain atau pedagang lain atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Itu bisa terbentuk karena pengalaman yang pertama kali pelanggan itu rasakan, bahkan pendapat orang lain atau kenalan pun sangat berpengaruh, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus

memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

2.3. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi. (Philip Kotler, Marketing Management)

2.4. Pelayanan Pelanggan

Pelayanan atau jasa (service) adalah semua bentuk aktifitas manusia yang tidak berwujud (intangible) yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak lain untuk saling memuaskan melalui pertukaran secara bersamaan (insperability). Pelayanan atau jasa bersifat tidak berwujud (tangible), heterogen (bervariasi), diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan (insperability) dan tidak dapat disimpan atau tidak dapat busuk (perishability).

3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Kuesioner

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner (Questionnaires). Suharsimi Arikunto (2006: 151) menjelaskan angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Kelebihan metode angket adalah dalam waktu yang relatif singkat dapat memperoleh data yang

banyak, tenaga yang diperlukan sedikit dan responden dapat menjawab dengan bebas tanpa pengaruh orang lain. Sedangkan kelemahan angket adalah angket bersifat kaku karena pertanyaan yang telah ditentukan dan responden tidak member jawaban yang sesuai dengan keadaan dirinya hanya sekedar membaca kemudian menulis jawabannya.

3.2 Metode Kualitatif

Penelitian kualitatif menekankan pada kedalaman data yang didapatkan oleh peneliti. Semakin dalam dan detail data yang didapatkan, maka semakin baik kualitas dari penelitian kualitatif ini. Berbeda dengan kuantitatif, objek dalam penelitian kualitatif umumnya berjumlah terbatas.

Dalam penelitian ini, peneliti ikut serta dalam peristiwa/kondisi yang sedang diteliti. Untuk itu hasil dari penelitian ini memerlukan kedalaman analisis dari peneliti. Selain itu, hasil penelitian ini bersifat subjektif sehingga tidak dapat digeneralisasikan. Secara umum, penelitian kualitatif dilakukan dengan metode wawancara dan observasi.

3.3 Pengkajian Ulang

mengumpulkan informasi atau data tentang klien, agar dapat mengidentifikasi, mengenali masalah-masalah, kebutuhan kesehatan dan keperawatan klien, baik fisik, mental, sosial dan lingkungan (Effendy, 1995).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Kuesioner Kepuasan Pelayanan Perpustakaan Politeknik TMKM

Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri memiliki mahasiswa sekitar 300 orang yang terdiri dari empat program studi dan dari 3 tingkatan yang berbeda, akan tetapi responden yang saya pilih adalah mahasiswa yang aktif ataupun yang sering mengunjungi perpustakaan karena sebagian

mahasiswa tidak terlalu peduli ataupun sering mengunjungi perpustakaan dan distribusi responden menunjukkan bahwa hampir setengah (23%) dari sampel terdiri dari mahasiswa Administrasi Bisnis, diikuti oleh mereka dari Program Studi Akuntansi (15%), dari Program Studi Teknologi Komputer (15%), dan dari Teknologi Elektronika (10%). Mengenai frekuensi kunjungan perpustakaan, sebagian besar (63%) dari responden pergi ke perpustakaan kapan saja mereka butuhkan, sedangkan mereka yang sehari-hari membuat 22 persen, dan 2/3 hari dalam seminggu membentuk 11 persen dari sampel. Hanya beberapa (4%) setidaknya sekali seminggu ke perpustakaan sama sekali. Karena kurangnya minat baca dan juga kurangnya pengetahuan tentang tata cara dan prosedur yang harus dilakukan di perpustakaan jadi yang mengunjungi perpustakaan tidak lah banyak entah itu per bulan, per minggu ataupun per hari.

4.2. Sumber Data

Sumber data yang akan saya ambil dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Apabila penelitian menggunakan kuisioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Untuk mengetahui apa yang diinginkan ataupun apa yang dibutuhkan oleh para responden karena kebanyakan atau mungkin keseluruhan responden yang akan saya tanya dan saya bagikan kuesioner adalah para pengunjung perpustakaan yang notabene membutuhkan pelayanan yang baik dari pihak perpustakaan dan dengan cara ini pihak perpustakaan bisa mengetahui kebutuhan apa saja dan hal apa saja yang harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan perpustakaan Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri. Dalam penelitian ini saya akan menggunakan metode survei berbasis kuesioner, saya akan membagikan kuesioner pada 30 Mahasiswa Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri yang termasuk anggota ataupun

mahasiswa yang belum menjadi anggota tapi sering menghabiskan waktu diperpustakaan, cara yang akan saya lakukan adalah memberikan mereka kuesioner dan memberikan beberapa pertanyaan yang harus mereka jawab di Form Kuesioner yang saya bagikan, dengan cara ini saya bisa tahu bahwa para pengunjung perpustakaan selama ini merasa terpuaskan atau tidak oleh pelayanan pihak perpustakaan entah dalam hal sikap penjaga perpustakaan, pelayanan penjaganya, kebersihannya, sarana dan prasarananya dan tentang kerapihan perpustakaan.

Berikut adalah contoh form kuesioner yang akan saya bagikan:

Kuesioner Kepuasan Pelayanan Perpustakaan Politeknik TMKM

Nama : _____
NPM : _____
Prodi : _____

*Berilah tanda (X) pada jawaban yang sesuai

No.	Pertanyaan	P	SP	T	ST
1	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang sikap Petugas Perpustakaan?				
2	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang pelayanan penjaga perpustakaan?				
3	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang sarana dan prasarana di perpustakaan?				
4	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang kebersihan perpustakaan?				
5	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang kerapihan perpustakaan?				
6	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang Peraturan yang diterapkan di perpustakaan?				

Keterangan:
P = Puas
SP = Sangat Puas
T = Tidak Puas
ST = Sangat Tidak Puas

Gambar 1 Form Kuesioner

Kuesioner yang telah dibagikan akan dikumpulkan dan akan dihitung nilai kuesioner yang telah didapat agar mengetahui seberapa besar kepuasan pengunjung terhadap perpustakaan Politeknik TMKM. Dikarenakan mahasiswa yang mengunjungi perpustakaan setiap minggunya tidak lebih dari 30 mahasiswa jadi kuesioner yang akan dibagikan hanya 30 saja. Setelah melakukan survei kepada 30 orang mahasiswa dengan menggunakan kuesioner maka hasil yang didapatkan dari 30 mahasiswa adalah

Tabel 1

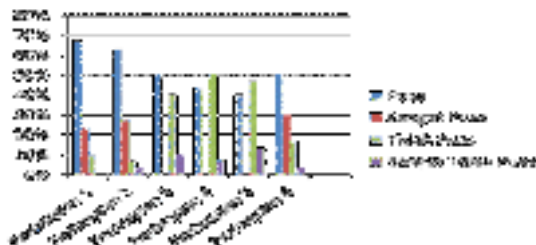
No.	Pertanyaan	P	SP	T	ST
1	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang sikap Petugas Perpustakaan?	20	7	3	0
2	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang pelayanan penjaga perpustakaan?	19	8	2	1
3	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang sarana dan prasarana di perpustakaan?	15	0	12	3
4	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang kebersihan perpustakaan?	13	0	15	2
5	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang kerapihan perpustakaan?	11	0	14	4
6	Bagaimana tingkat kepuasan anda tentang Peraturan yang diterapkan di perpustakaan?	15	9	5	1

Data yang didapat dari pembagian kuesioner adalah,:

Pertanyaan No.1 ada 20 orang yang merasa puas, 7 orang sangat puas, 3 orang tidak puas. Pada Pertanyaan No.2 ada 19 orang yang merasa puas, 8 orang merasa sangat puas, 2 orang tidak puas dan 1 orang sangat tidak puas. Pada Pertanyaan No.3 ada 15 orang yang merasa puas, 12 orang tidak puas dan 3 orang merasa sangat tidak puas. Pada Pertanyaan No.4 ada 13 orang yang menyatakan puas, 15 orang tidak puas dan 2 orang merasa sangat tidak puas. Pada Pertanyaan No.5 ada 12 orang yang merasa puas, 14 orang merasa tidak puas dan 4 orang merasa sangat tidak puas. Pada Pertanyaan No.6 ada 15 orang yang merasa puas, 9 orang merasa sangat puas, 5 orang tidak puas dan 1 orang sangat tidak puas.

Jadi setelah data tersebut dikumpulkan dan dihitung berapa banyak yang merasa puas dan tidak puas terhadap pelayanan di perpustakaan ini sehingga jika data yang didapat adalah pengunjung kurang puas bahkan sangat tidak puas dengan apa yang diberikan oleh pihak perpustakaan maka pihak perpustakaan akan memperbaikinya dan jika pengunjung merasa puas maka pihak perpustakaan akan mempertahankan pelayannya bahkan pelayanan terhadap pengunjung perpustakaan dapat ditingkatkan agar pengunjung dapat merasakan kenyamanan ketika berada di perpustakaan.

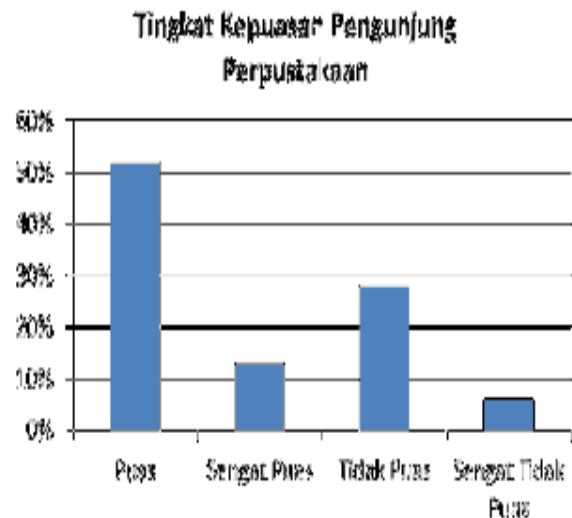
4.3 Hasil



Gambar 2 diagram

Hasil dari seluruh pertanyaan yang diajukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perpustakaan adalah pada pertanyaan No. 1 menyatakan bahwa (67%) puas dengan sikap penjaga perpustakaan dan (23%) menyatakan sangat puas, lalu (10%) menyatakan tidak puas. Pada pertanyaan No. 2 menyatakan bahwa (63%) puas dengan pelayanan penjaga perpustakaan, (27%) menyatakan sangat puas dan (7%) menyatakan tidak puas, (3%) menyatakan sangat tidak puas dengan pelayanan penjaga perpustakaan. Pada pertanyaan No.3 menyatakan bahwa (50%) pengunjung perpustakaan puas terhadap sarana dan prasarannya, (40%) menyatakan tidak puas dan (10%) menyatakan sangat tidak puas. Pada pertanyaan No. 4 menyatakan bahwa (43%) puas dengan kebersihan perpustakaan (50%) menyatakan tidak puas dan (7%) menyatakan sangat tidak puas. Pada pertanyaan No. 5 menyatakan bahwa (40%) puas dengan tingkat kerapihan perpustakaan dan

(47%) menyatakan tidak puas dengan tingkat kerapihan perpustakaan (13%) lainnya menyatakan sangat tidak puas dengan kerapihan perpustakaan. Pada pertanyaan No.6 menyatakan bahwa (50%) puas dengan peraturan yang diterapkan di perpustakaan, (30%) menyatakan sangat puas, (17%) menyatakan tidak puas dan (3%) menyatakan sangat tidak puas.



Gambar 3 diagram

Jadi hasil yang didapat dari data kuesioner yang telah dikumpulkan dan diisi oleh responden atau pengunjung perpustakaan adalah (52%) pengunjung perpustakaan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan, (13%) sangat puas, (28%) tidak puas dan (6%) sangat tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan.

Yang artinya sebagian dari pengunjung perpustakaan puas dengan pelayanan yang diberikan tapi sebagian lagi masih merasa tidak puas atau kurang puas dengan pelayanan yang sudah ada di perpustakaan yang berarti masih banyak sebagian mahasiswa yang kurang puas dan meminta untuk ditingkatkan lagi pelayanannya.

5. KESIMPULAN

Dari survei kepada 30 orang maka didapati (52%) pengunjung perpustakaan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan, (13%) sangat puas, (28%) tidak puas dan (6%) sangat tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan. Jadi sebagian besar pengunjung perpustakaan puas dengan pelayanan perpustakaan tapi ada juga begaian lainnya yang tidak puas dan bahkan merasa sangat tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pihak perpustakaan di Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri harus lebih meningkatkan pelayanannya terhadap pengunjung perpustakaan agar semua pengunjung bisa merasakan pelayanan yang memuaskan dari pihak perpustakaan. Mungkin masih banyak mahasiswa yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas perpustakaan dan terutama dari tingkat kelengkapan buku dan juga sarana prasarana yang ada dan penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada pelayanan perpustakaan terhadap pengunjung perpustakaan. Hasil yang didapat mungkin masih belum membuat pelayanan perpustakaan di Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri ini disebut memuaskan karena angka yang sanagat signifikan hingga mencapai (28%) tingkat ketidak puasan mahasiswa terhadap palayanan yang ada dan ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh petugas

perpustakaan masih perlu ditingkatkan dan diperbaiki agar lebih baik dari sekarang.

6. REFERENCES

- A. Lepik, "Relationship marketing and Library 2.0: Successful prospective partnership?," *Signum*, no. 5, pp. 13–16, 2007.
- D. K. Gupta and A. K. Jain, "Marketing library and information services: a study of periodical literature," *Ann. Libr. Inf. Stud.*, vol. 56, no. December, pp. 217–226, 2009.
- D. K. Gupta, "Marketing of library and information services: building a new discipline for library and information science education in Asia," *Malaysian J. Libr. Inf. Sci.*, vol. 8, no. 2, pp. 95–108, 2003.
- K. Kaur and D. Singh, "Customer service for academic library users on the web," *Electron. Libr.*, vol. 29, no. 6, pp. 737–750, 2011.
- M. Jaber and M. N. Munshi, "Customer service performance of a public university libraryin Bangladesh," vol. 62, no. September, pp. 115–125, 2015.
- S. Ganguly and K. D. Gupta, "Customer service in IIM Lucknow Library," *Int. Conf. Libr. Emerg. Trends*, vol. 31, pp. 1–15, 2008.