

BUKU **PETUNJUK** PENULISAN **SKRIPSI**

Wahyudi
Endang Sugiarti
Moh. Sutoro
Mukrodi
Hadyati Harras

The background image shows a desk with a laptop on the left, several colorful highlighters (yellow, pink, blue) on the right, and a hand with red nail polish holding a blue pen over a document. The document has handwritten notes and a list of items. The word "SKRIPSI" is written in large, bold, black letters across the center of the image.

SKRIPSI

JUST DO IT & KEEP DOING IT

BUKU **PETUNJUK** PENULISAN **SKRIPSI**



PENULIS

WAHYUDI
ENDANG SUGIARTI
MOH. SUTORO
MUKRODI
HADYATI HARRAS



SMK PUSTEK SERPONG

Jl. Raya Serpong No.17, Pd. Jagung, Serpong Utara
Kota Tangerang Selatan, Banten 15322

**BUKU PETUNJUK
PENULISAN SKRIPSI**

PENULIS

Wahyudi
Endang Sugiarti
Moh. Sutoro
Mukrodi
Hadyati Harras

ISBN 978-602-53784-1-6

DESAIN SAMPUL

Hadyati Harras

TATA LETAK

Moh. Sutoro & Mukrodi

PENERBIT

SMK PUSTEK SERPONG

REDAKSI

Jl. Raya Serpong No.17, Pd. Jagung, Serpong Utara
Kota Tangerang Selatan, Banten 15322
Telp. (021) 5388243, (021) 5388244
Fax. (021) 5388243
E-mail. smk@pustekserpong.com
Website. <http://smk.pustekserpong.com>

Cetakan Pertama, 06 Juli 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa izin penerbit.

KATA PENGANTAR

Al-Hamdulillah, segala puji tercurahkan kepada Allah (Tuhan) yang Maha Esa, atas Rahmat-Nya buku ini dapat diselesaikan, dan dengan rendah hati semoga Allah menjadikan buku ini bermanfaat. Bershalawat kepada Nabi Muhammad SAW dengan mengucapkan “Allahumma Sholli ‘Alaa Muhammad Wa ‘Alaa Aali Muhammad”. Sungguh padanya terdapat suri tauladan.

Hakikatnya, buku ini hadir sebagai wujud rasa syukur kepada Allah. Sebagai pendidik, ingin kiranya diri ini bermanfaat bagi banyak pihak, dengan menghadirkan sebuah karya tulis, semoga menjadi bukti diri yang bermanfaat. Dengan rendah hati, segala salah dan kekeliruan mohon dimaafkan.

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ

“Jika kalian berbuat baik, sesungguhnya kalian berbuat baik bagi diri kalian sendiri” (QS. Al-Isra:7).

حَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمُ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia” (HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. Hadits ini dihasankan oleh al-Albani di dalam *Shahihul Jami'* no:3289)

Tangerang Selatan, 11 Juni 2020
Penulis,

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

PETUNJUK TEKNIK PENULISAN SKRIPSI

1. Kunci-kunci pintas dalam Ms Word	1
2. Mengatur Bahasa	4
Cara Mengatur Bahasa Pada Komputer Windows 10.....	5
Cara Mengatur Bahasa Pada Komputer Windows 7.....	6
3. Mengatur Microsoft Word untuk Menulis Skripsi	7
Instal Aplikasi Bahasa Indonesia	7
Mengatur Ukuran Kertas & Margin.....	8
Mengatur Ukuran Centimeter “ cm ”.....	9
Mengatur Huruf (Font).....	9
Mengatur Spasi dan Indentasi (Tab).....	10
4. Teknik Penulisan Skripsi	11
Huruf Kapital (besar).....	11
Huruf Tebal	13
Huruf Miring	13
Penomoran Halaman	14
CONTOH Penomoran Bagian Awal Skripsi	14
CONTOH Penomoran Bagian Utama Dan Akhir Skripsi.....	15
Penomoran Sub BAB dan Sub dari Sub BAB	16
Contoh Penomoran dan Peletakan Sub BAB dan Turunannya.....	16
Pengetikan Naskah Skripsi	19
Ketentuan dan Contoh Pengetikan Naskah Skripsi	19
Kutipan.....	26
Ketentuan dan Contoh Kutipan.....	26
Penyajian Tabel	27
Contoh Penyajian Tabel.....	27
Contoh Penyajian Tabel Terpisah.....	28
Cara Menampilkan Header Tabel Otomatis.....	28
Penyajian Gambar	29
Contoh Penyajian Gambar.....	29
Ruang Halaman	30
Contoh Ruang Halaman Skripsi.....	30
Penulisan Angka	31
Ketentuan dan Contoh Penulisan Angka	31
Singkatan dan Akronim	31
Ketentuan dan Contoh Penulisan Singkatan dan Akronim	31
Kata Penghubung	31
Ketentuan dan Contoh Penulisan Kata Penghubung.....	31
Penulisan Daftar Pustaka.....	32
Ketentuan dan Contoh Penulisan Daftar Pustaka Buku	32
Ketentuan dan Contoh Penulisan Daftar Pustaka Jurnal.....	33
Cara Mendapatkan Daftar Pustaka Jurnal.....	33

PETUNJUK SUBSTANSI PENULISAN SKRIPSI

1. Sistematika Penulisan Komprehensif	36
2. Sistematika Penulisan Proposal Skripsi	37
3. Sistematika Penulisan Skripsi	38
4. Judul Skripsi	39
Contoh Judul Skripsi Manajemen SDM	39
Contoh Judul Skripsi Manajemen Keuangan	42
Contoh Judul Skripsi Manajemen Pemasaran	46
5. Variabel Penelitian	51
Contoh Variabel dalam Judul Skripsi	51
Teori-teori Variabel Penelitian	53
Jenis-jenis Variabel Penelitian	54
6. Latar Belakang Penelitian	56
Cara membuat Latar Belakang Penelitian	56
BAGIAN Ke-1: Contoh Manajemen Keuangan	57
BAGIAN Ke-1: Contoh Manajemen SDM	57
BAGIAN Ke-1: Contoh Manajemen Pemasaran	58
BAGIAN Ke-2: Contoh Manajemen Keuangan	58
BAGIAN Ke-2: Contoh Manajemen SDM	59
BAGIAN Ke-2: Contoh Manajemen Pemasaran	60
BAGIAN Ke-3: Contoh Manajemen Keuangan	61
BAGIAN Ke-3: Contoh Manajemen SDM	61
BAGIAN Ke-3: Contoh Manajemen Pemasaran	62
7. Rumusan Masalah	63
Contoh Manajemen Keuangan	63
Contoh Manajemen SDM	63
Contoh Manajemen Pemasaran	64
8. Tujuan Penelitian	64
Contoh Manajemen Keuangan	64
Contoh Manajemen SDM	65
Contoh Manajemen Pemasaran	65
9. Manfaat Penelitian	66
10. Tinjauan Pustaka	67
Pengertian Teori Menurut Para Ahli	67
Contoh Terapan Teori Dalam Skripsi	69
11. Penelitian Terdahulu	70
Ketentuan dan Contoh Penelitian Terdahulu	70
Cara Mendapatkan Jurnal	70
Bagaimana membuat tabel penelitian terdahulu?	71
12. Kerangka Berpikir	73
Contoh Kerangka Berpikir Manajemen SDM	74
Contoh Kerangka Berpikir Manajemen Pemasaran	76
Contoh Kerangka Berpikir Manajemen Keuangan	78
13. Pengembangan Hipotesis	80
Contoh Kerangka Berpikir Manajemen SDM	80
Contoh Kerangka Berpikir Manajemen Pemasaran	82
Contoh Kerangka Berpikir Manajemen Keuangan	84
14. Jenis Penelitian	86
Contoh Jenis Penelitian	86
15. Tempat dan Waktu Penelitian	87

Contoh Tempat Dan Waktu Penelitian	87
16. Operasional Variabel Penelitian	88
Contoh Operasional Variabel Manajemen Keuangan	88
Contoh Operasional Variabel Manajemen Pemasaran	89
Contoh Operasional Variabel Manajemen SDM	90
17. Populasi dan Sampel	91
Contoh Populasi & Sampel Manajemen SDM.....	91
Contoh Populasi & Sampel Manajemen Pemasaran	93
Contoh Populasi & Sampel Manajemen Keuangan.....	94
Jenis-jenis Teknik Pengambilan Sampel	95
Rumus-rumus Penentuan Jumlah Sampel.....	100
Berapakah jumlah sampel yang ideal?	107
18. Teknik Pengumpulan Data	111
Contoh Teknik Pengumpulan Data	111
Jenis-jenis Pengumpulan Data	112
19. Teknik Analisis Data	116
Sistematika Analisis Data.....	116
Contoh Manajemen SDM & Pemasaran (Regresi Sederhana)	118
Contoh Manajemen SDM & Pemasaran (Regresi Berganda)	119
Contoh Manajemen Keuangan (Regresi Sederhana)	120
Contoh Manajemen Keuangan (Regresi Berganda)	121
Kumpulan Teori Teknik Analisis Data	122
20. Gambaran Umum Objek Penelitian	129
Contoh Manajemen SDM dan Pemasaran.....	129
Contoh Manajemen Keuangan	130
21. Hasil Penelitian	131
Contoh Hasil Penelitian.....	133
22. Pembahasan Penelitian	138
Contoh Manajemen SDM.....	138
Contoh Manajemen Pemasaran	140
Contoh Manajemen Keuangan	141
23. Kesimpulan.....	142
Contoh Manajemen Keuangan	142
Contoh Manajemen Pemasaran	143
Contoh Manajemen SDM.....	143
24. Saran	144
Contoh Manajemen SDM.....	144
Contoh Manajemen Pemasaran	145
Contoh Manajemen Keuangan	146

**KUMPULAN INDIKATOR PENELITIAN
MANAJEMEN SDM, PEMASARAN, KEUANGAN**

1. Indikator dalam Riset Manajemen SDM	148
a. Indikator Kinerja.....	148
b. Indikator Prestasi Kerja.....	149
c. Indikator Produktivitas Kerja	150
d. Indikator Motivasi Kerja	152
e. Indikator Kepuasan Kerja	153
f. Indikator Komitmen Organisasi.....	154
g. Indikator Loyalitas Kerja	156

h.	Indikator Kompetensi	157
i.	Indikator Disiplin Kerja	158
j.	Indikator Kedisiplinan.....	159
k.	Indikator Kepemimpinan	161
l.	Indikator Gaya Kepemimpinan	162
m.	Indikator Budaya Organisasi.....	164
n.	Indikator Lingkungan Kerja	166
o.	Indikator Kompensasi	167
p.	Indikator Insentif	168
q.	Indikator Tunjangan Kerja.....	169
r.	Indikator Jenjang/ Pengembangan Karier.....	170
s.	Indikator Promosi Jabatan	170
t.	Indikator Rotasi.....	171
u.	Indikator Turn Over Intention	172
v.	Indikator Struktur Organisasi	172
w.	Indikator Sistem Kerja.....	173
x.	Indikator Self Efficacy/ Efikasi Diri	174
y.	Indikator Locus of Control.....	174
z.	Indikator Kepemimpinan Transformasional	174
aa.	Indikator Pengalaman.....	175
bb.	Indikator Profesioanlitas Kerja	175
cc.	Indikator Pendidikan	176
dd.	Indikator Pelatihan Kerja.....	177
ee.	Indikator Beban Kerja	178
ff.	Indikator Stres Kerja	181
gg.	Indikator Etos Kerja	182
hh.	Indikator Rekrutmen	183
ii.	Indikator Seleksi	184
jj.	Indikator Penempatan Kerja	185
kk.	Indikator Orientasi Kerja	186
ll.	Indikator Dukungan Organisasi	187
mm.	Indikator Dukungan Sosial.....	188
nn.	Indikator Organizational Citizenship Behavior (OCB)	188
oo.	Indikator Team Work (Kerja Sama Tim)	189
pp.	Indikator Komunikasi	190
qq.	Indikator Pengembangan SDM.....	190
rr.	Indikator Pengawasan	191
ss.	Indikator Keterlibatan Kerja	192
2.	Indikator-Indikator dalam Riset Pemasaran	192
a.	Indikator Produk.....	192
b.	Indikator Kualitas Produk.....	193
c.	Indikator Lokasi.....	193
d.	Indikator Promosi.....	194
e.	Indikator Keputusan Pembelian.....	194
f.	Indikator Citra Merek (Brand Image).....	195
g.	Indikator Endorser/ Celebrity Endorser.....	195
h.	Indikator Merek (Brand)	196
i.	Indikator Kualitas Pelayanan	196
j.	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	197
k.	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	197

l.	Indikator Minat Beli	198
m.	Indikator Harga	198
n.	Indikator Green Packaging	199
o.	Indikator Green Product.....	199
p.	Indikator Persepsi Nilai Pelanggan	200
q.	Indikator Kepercayaan Konsumen/ Pelanggan.....	200
r.	Indikator Komitmen Konsumen.....	201
s.	Indikator Store Atmosphere	202
t.	Indikator Sikap Konsumen.....	202
u.	Indikator Ekuitas Merek (Brand Equity)	202
v.	Indikator Word of Mouth	203
w.	Indikator Kesadaran Merek (Brand Awareness)	204
x.	Indikator Pengalaman Berbelanja.....	204
y.	Indikator Kelengkapan Produk.....	205
z.	Indikator Fasilitas.....	205
3.	Indikator-Indikator dalam Riset Keuangan	206
a.	Rasio Lancar (<i>current ratio</i>)	206
b.	Rasio Cepat (<i>quick ratio</i>)	206
c.	Rasio Kas (<i>cash rasio</i>).....	206
d.	Rasio Perputaran Modal Kerja (<i>working capital turnover</i>).....	206
e.	Debt To Asset Ratio.....	207
f.	Debt To Equity Ratio.....	207
g.	Profit Margin	207
h.	Gross Profit Margin.....	207
i.	Net Profit Margin.....	207
j.	Retrun on Investment	207
k.	Return on Asset.....	207
l.	Perputaran Kas.....	207
m.	Perputaran Piutang.....	207
n.	Perputaran Persediaan.....	207
o.	Perputaran Aktiva Tetap	207
p.	Perputaran Aktiva	208
q.	Earning Per Share	208
r.	Price Earning Ratio.....	208
s.	Price Book Value	208
t.	Return Saham	208
u.	Pertumbuhan Penjualan	208
v.	Ukuran perusahaan (<i>firm size</i>)	208
w.	Pertumbuhan Perusahaan (<i>Growth</i>).....	208
x.	Growth Opportunity.....	209
y.	Struktur Aset.....	209
z.	Risiko Bisnis	209
aa.	Struktur Modal	209
bb.	Inflasi	209
cc.	Kurs	209
dd.	CAR (<i>Capital Adequacy Ratio</i>)	209
ee.	LDR (<i>Loan to Deposits Ratio</i>).....	209
ff.	BOPO (Belanja Operasional terhadap Pendapatan Operasional)	210
gg.	NPL (Non Performing Loan)	210
hh.	NIM (Net Interest Margin)	210

PETUNJUK PEMBUATAN KUESIONER PENELITIAN

1. Petunjum Pembuatan Kuesioner	212
Contoh Pembuatan Kuesioner	212
2. Contoh Kuesioner Penelitian Manajemen SDM	213
Kuesioner Kinerja	213
Kuesioner Prestasi Kerja	213
Kuesioner Produktivitas Kerja	214
Kuesioner Motivasi Kerja	214
Kuesioner Kepuasan Kerja	214
Kuesioner Komitmen Organisasi	215
Kuesioner Loyalitas Kerja	215
Kuesioner Kompetensi	215
Kuesioner Disiplin Kerja	216
Kuesioner Kedisiplinan	216
Kuesioner Kepemimpinan	216
Kuesioner Gaya Kepemimpinan	217
Kuesioner Budaya Organisasi	217
Kuesioner Lingkungan Kerja	218
Kuesioner Kompensasi	219
Kuesioner Insentif	219
Kuesioner Tunjangan Kerja	219
Kuesioner Jenjang/ Pengembangan Karier	220
Kuesioner Promosi Jabatan	220
Kuesioner Rotasi	221
Kuesioner Turn Over Intention	221
Kuesioner Struktur Organisasi	222
Kuesioner Sistem Kerja	222
Kuesioner Efikasi Diri	223
Kuesioner Locus of Control	223
Kuesioner Kepemimpinan Transformasional	224
Kuesioner Pengalaman	224
Kuesioner Profesioanlitas Kerja	224
Kuesioner Pendidikan	225
Kuesioner Pelatihan Kerja	225
Kuesioner Beban Kerja	226
Kuesioner Stres Kerja	226
Kuesioner Etos Kerja	227
Kuesioner Rekrutmen	227
Kuesioner Seleksi	227
Kuesioner Penempatan Kerja	228
Kuesioner Orientasi Kerja	228
Kuesioner Dukungan Organisasi	229
Kuesioner Dukungan Sosial	229
Kuesioner Organizational Citizenship Behavior (OCB)	229
Kuesioner Team Work (Kerja Sama Tim)	230
Kuesioner Komunikasi	230
Kuesioner Pengembangan SDM	231
Kuesioner Pengawasan	231
Kuesioner Keterlibatan Kerja	232

3. Contoh Kuesioner Penelitian Manajemen Pemasaran.....	232
Kuesioner Produk	232
Kuesioner Kualitas Produk.....	233
Kuesioner Lokasi	233
Kuesioner Promosi.....	233
Kuesioner Keputusan Pembelian.....	234
Kuesioner Citra Merek (Brand Image)	234
Kuesioner Endorser/ Celebrity Endorser.....	235
Kuesioner Merek (Brand)	235
Kuesioner Kualitas Pelayanan	236
Kuesioner Loyalitas Pelanggan.....	236
Kuesioner Kepuasan Pelanggan.....	236
Kuesioner Minat Beli	237
Kuesioner Harga	237
Kuesioner Green Packaging	238
Kuesioner Green Product.....	238
Kuesioner Persepsi Nilai Pelanggan	238
Kuesioner Kepercayaan Konsumen/ Pelanggan.....	239
Kuesioner Komitmen Konsumen.....	239
Kuesioner Store Atmosphere	239
Kuesioner Sikap Konsumen.....	240
Kuesioner Ekuitas Merek (Brand Equity)	240
Kuesioner Word of Mouth	240
Kuesioner Kesadaran Merek (Brand Awareness)	241
Kuesioner Pengalaman Berbelanja.....	241
Kuesioner Kelengkapan Produk.....	242
Kuesioner Fasilitas.....	242

PANDUAN OLAH DATA

1. Cara Merubah Data Ordinal Menjadi Internal.....	244
2. Cara Merubah Data Ordinal Menjadi Internal.....	246
3. Cara Uji Validitas Menggunakan SPSS	247
4. Cara Uji Reliabilitas Menggunakan SPSS.....	248
5. Cara Uji Normalitas Menggunakan SPSS.....	250
6. Cara Uji Multikolinearitas Menggunakan SPSS	252
7. Cara Uji Autokorelasi Menggunakan SPSS	254
8. Cara Uji Heteroskedastisitas Menggunakan SPSS.....	256
9. Cara uji Linearitas Menggunakan SPSS	257
10. Cara Uji Regresi (Uji t, Uji F, Uji Koefisien Determinasi)	259

PANDUAN MEMBUAT KUESIONER ONLIE DENGAN GOOGLE FORM ...

264

PANDUAN DOWNLOAD DATA KEUANGAN

1. Unduh Data Laporan Keuangan di IDX atau BEI	266
2. Unduh Data Saham Perusahaan di IDX atau BEI	268
3. Unduh Data Saham IHSG	268
4. Unduh Data Saham Indeks	269

5. Unduh Data Saham di Yahoo Finance.....	269
6. Unduh Data Kurs	270
7. Unduh Data Inflasi	271
8. Unduh Data Suku Bunga Acuan (BI Rate)	272
9. Unduh Data Indeks Harga Konsumsi.....	272
10. Unduh Data PDB (Pertumbuhan Ekonomi Indonesia)	273
11. Unduh Data PDB (Pertumbuhan Ekonomi Indonesia)	275
12. Unduh Data Hutang Negara.....	277
13. Unduh Data Perbankan OJK.....	278
14. Unduh Data Harga Minyak Menta Dunia.....	278
15. Unduh Data Harga Emas Dunia.....	279
16. Unduh Data Laporan Keuangan di Google	280
17. Unduh Data Laporan Keuangan Pemerintah Pusat	281
18. Unduh Data Laporan Keuangan Pemerintah Daerah	282
19. Unduh Data Opini Audit BPK Pemerintah Pusat.....	283
20. Unduh Data Opini Audit BPK Pemerintah Daerah	283
DAFTAR PUSTAKA	284

PETUNJUK TEKNIK PENULISAN SKRIPSI



Sumber: kspefeunej.blogspot.com

Gambar 1. Teknik Penulisan Skripsi

Pahit dan manis menulis skripsi telah menjadi bagian hidup seorang mahasiswa, mulai dari malas sampai dengan bosan menunggu dosen pembimbing. Ya, itu adalah sekelumit penderitaan, namun terkadang kita sendiri terkendala oleh hal-hal teknis, yang tidak jarang kita disalahkan karena hal sepele seperti salah spasi, salah kutipan, salah penomoran, dan sebagainya. Meski demikian kita tahu, efek psikologi sederhana itu telah menyebabkan banyak dari kita terlambat lulus. Oleh karena itu mari kita sudahi keterlaluannya ini, tidak sepatutnya nilai skripsi rendah karena salah penulisan, banyak lipatan karena salah penomoran, banyak coretan karena salah kutipan, banyak perbaikan karena keteledoran.

Buku ini hadir untuk memperbaiki kesalahan dan meningkatkan kepercayaan diri. Menjadi jalan untuk mengetahui cara teknis menulis skripsi yang benar sesuai kaidah buku pedoman. Menjadi upaya untuk memudahkan proses bimbingan, kebaikan sidang, dan mendapatkan nilai terbaik. Sebagai jawaban atas pernyataan tersebut, maka buku ini menghadirkan petunjuk teknis yang disertai contoh-contoh lengkap dan sederhana sehingga memberikan kemudahan dalam implementasinya (mudah dipraktekkan dan diikuti).

1. Kunci-kunci pintas dalam Ms Word

Dalam menulis skripsi terkadang kita menghendaki kemudahan dan kecepatan, namun apakah daya kita tidak mengetahui caranya. Berikut ini dihadirkan kunci-kunci pintas di dalam menulis skripsi.

KUNCI PINTAS	KEGUNAAN
SHIFT + F3	Otomatis Tulisan Kecil - Besar
CTRL + A	Memilih text (Blok tulisan)
CTRL + C	Copy (Menyalin text)
CTRL + V	Paste (menyalin teks)
CTRL + B	Menebalkan Tulisan
CTRL + I	Tulisan Miring
CTRL + U	Underline (menambah garis bawah)
CTRL + J	Tulisan rata kiri dan kanan
CTRL + R	Tulisan rata kanan
CTRL + L	Tulisan rata kiri
CTRL + E	Membuat tulisan jadi di tengah
CTRL + X	Cut
CTRL + Z	Undo
CTRL + Y	Redo
CTRL + F	Mencari kata
CTRL + H	Mengganti kata/kalimat
CTRL + G	Ke halaman tertentu
CTRL + M	Membuat paragraf dari kiri
CTRL + N	Membuat file baru
CTRL + O	Mebuka file
CTRL + P	Print
CTRL + Q	Menghapus editing
CTRL + S	Menyimpan
F12	Menyimpan ulang/baru
CTRL + K	Menambah hyperlink
CTRL + W	Menutup jendela Word

KUNCI PINTAS	KEGUNAAN
CTRL + D	Membuka jendela Font
CTRL + SHIFT + C	Copy Format
CTRL + SHIFT + D	Double Underline
CTRL + SHIFT + E	Track changes
CTRL + SHIFT + F	Mengganti font
CTRL + SHIFT + H	Menyembunyikan teks
CTRL + SHIFT + K	Membuat semua huruf kapital
CTRL + SHIFT + L	Membuat list
CTRL + SHIFT + M	Menghapus paragraf dari kiri
CTRL + SHIFT + N	Membuat normal
CTRL + SHIFT + P	Mengganti ukuran font
CTRL + SHIFT + Q	Mengganti huruf jadi simbol
CTRL + SHIFT + S	Menerapkan style
CTRL + SHIFT + T	Mengurangi paragraf menggantung
CTRL + SHIFT + V	Paste format
CTRL + SHIFT + W	Underline tanpa spasi
CTRL + SHIFT + >	Memperbesar ukuran huruf
CTRL + SHIFT + <	Memperkecil ukuran huruf
CTRL +]	Memperbesar ukuran huruf
CTRL + [Memperkecil ukuran huruf
CTRL + 1	Jarak enter 1
CTRL + 2	Jarak enter 2
CTRL + 5	Jarak enter 1.5
CTRL + 0	Menghilangkan jarak antar paragraf
CTRL + Home	Menuju halaman utama
CTRL + End	Menuju halaman akhir
CTRL + Enter	Page Break
CTRL + Delete	Menghapus satu kata ke kanan
CTRL + Backspace	Menghapus satu kata ke kiri
CTRL + Tab	Tab
CTRL + Page Up	Menuju halaman sebelumnya
CTRL + Page Down	Menuju halaman selanjutnya
CTRL + Left arrow	Pindah kata-per-kata dari kiri
CTRL + Right arrow	Pindah kata-per-kata dari kanan
CTRL + Up arrow	Pindah ke paragraf atas
CTRL + Down arrow	Pindah ke paragraf bawah
CTRL + ALT + R	Simbol trademark registered (®)
CTRL + ALT + T	Simbol trademark (™)
CTRL + ALT + M	Menambah comment
CTRL + ALT + I	Mengubah jadi print preview
CTRL + ALT + S	Simbol Copyright atau Membuat paragraf split

Sumber: <https://jalantikus.com/tips/shortcut-keyboard-microsoft-word/>

2. Mengatur Bahasa

Sebelum mulai menulis, alangkah baiknya kita mengatur bahasa yang akan digunakan (dalam hal ini bahasa Indonesia) pada komputer atau laptop, kenapa demikian?

- Memudahkan penulisan dalam banyak bahasa (Indonesia, Inggris, Arab, dan sebagainya);
- Mengetahui kesalahan tulisan;
- Menghilangkan tulisan bergaris warna yang dapat mengganggu penglihatan mata.

CONTOH 1 :

Nama saya Wahyu

اسمى وحى

My Name Wahyu

Kita dapat menulis skripsi dalam banyak bahasa (sesuai kebutuhan).

CONTOH 2 :

Pagi Ini **Sya Sarpan** Bubur

I Had a **Brakfast Ths** Morning

Kata bergaris merah menunjukkan kesalahan tulisan. Hal ini memudahkan kita melakukan perbaikan

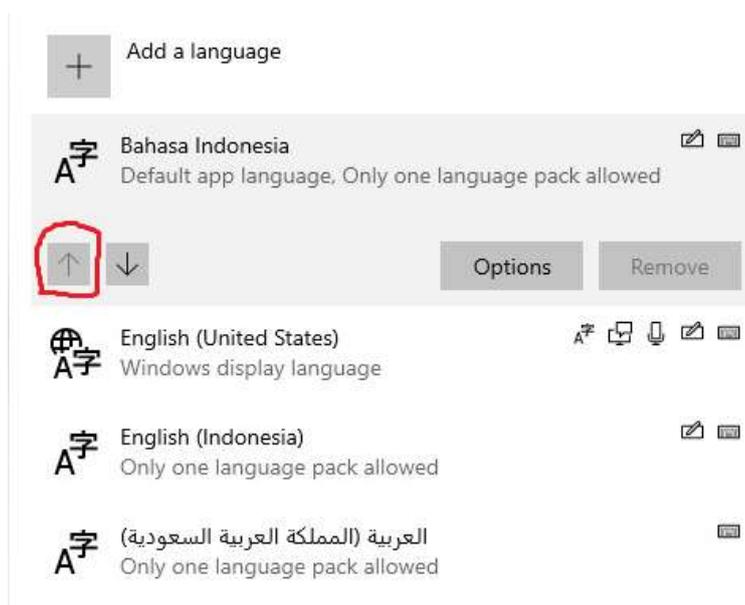
CONTOH 3 :

Nama Saya Wahyu Mahasiswa Universitas
Pamulang Semester 7. Saat Ini Saya Sedang
menyusun Skripsi.

Kata atau kalimat bergaris warna terjadi karena kesalahan bahasa yang dipilih pada komputer/ laptop (dalam contoh ini, tulisan berbahasa Indonesia namun bahasa yang digunakan adalah Inggris). Kondisi ini sangat mengganggu dalam penulisan skripsi.

Cara Mengatur Bahasa Pada Komputer Windows 10

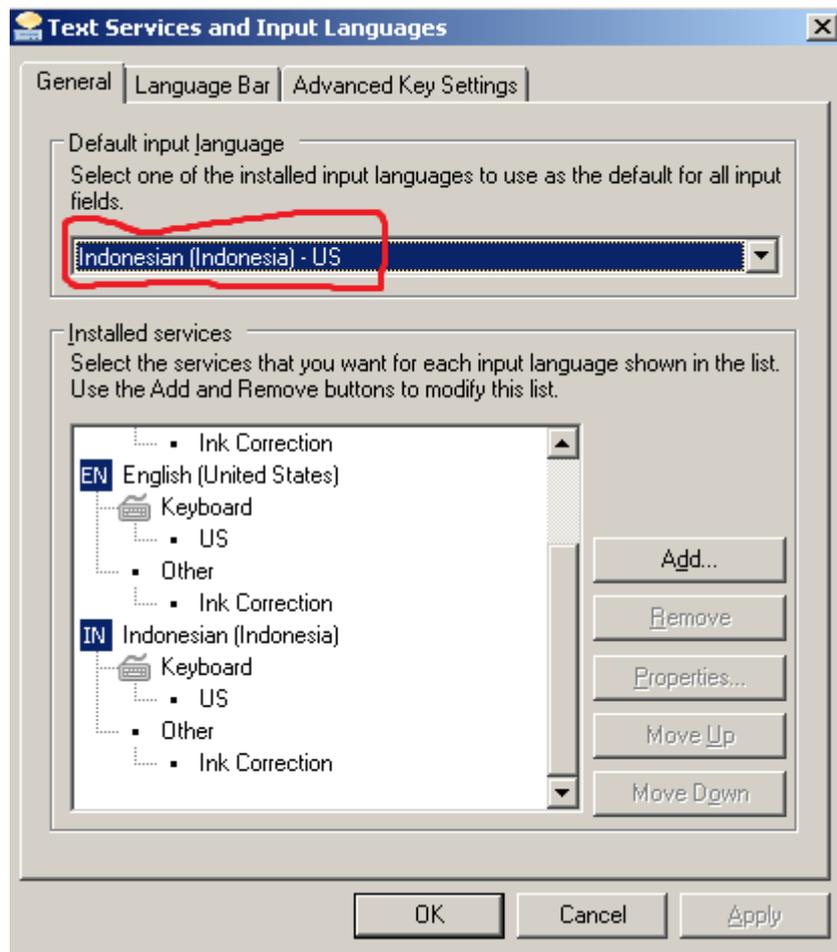
- a. **Buka menu “Start”**  Klik logo Windows yang ditampilkan di pojok kiri bawah
- b. **Klik pilihan “Settings”**  Pilihan ini ditandai oleh ikon roda gigi yang ada di pojok kiri bawah jendela menu “Start”.
- c. **Klik Time & language**  Pilihan ini berada di bagian tengah jendela “Settings”.
- d. **Klik tab language** Tab ini berada di ujung kiri jendela.
- e. **Klik Add a language**
- f. **Pilih bahasa yang ingin ditambahkan.**
- g. **Klik bahasa yang sudah ditambahkan**
- h. **Klik Options**
- i. **Unduh paket bahasa.** Klik tombol “**Download**” yang ada di bawah judul menu “**Download language pack**”, di pojok kiri atas halaman
- j. **Klik tombol “Back”** 
- k. **Klik kembali bahasa yang ingin digunakan, kemudian klik panah ke atas** tempatkan **bahasa Indonesia** di atas.



Cara Mengatur Bahasa Pada Komputer Windows 7

- a. Buka menu “**Start**”  Klik logo Windows yang ditampilkan di pojok kiri bawah
- b. Klik **Control Panel** sebelah kanan jendela menu “**Start**”
- c. Klik **Change Keyboards or Other Input Methods** pada menu **Clock, Language, and Region**


Clock, Language, and Region
[Change keyboards or other input methods](#)
[Change display language](#)
- d. Klik **Change Keyboards ...**
- e. Klik **Add a language**
- f. Pilih bahasa yang ingin ditambahkan
- g. Pilih **Bahasa Indonesia** sebagai pilihan utama pada kotak dialog



Jika bahasa sudah diatur maka akan tampil di sebelah pojok kanan komputer



Klik “ IN / IND “ maka akan tampil pilihan bahasa. Jika ingin mengganti bahasa maka dapat memilih salah satu bahasa yang telah ditambahkan atau menekan tombol “ **ALT + SHIFT** “

3. Mengatur Microsoft Word untuk Menulis Skripsi

Menyusun skripsi akan mudah jika pengaturan Ms Word kita sudah sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu, alangkah baiknya jika terlebih dahulu kita mengatur pengaturan Ms Word.

a. Instal aplikasi bahasa Indonesia

Apa fungsinya memasang aplikasi bahasa Indonesia pada MS Word?

Agar tulisan bahasa Indonesia yang kita ketik sesuai dengan kosa kata bahasa Indonesia, sekaligus meminimalisir tulisan-tulisan yang salah dalam bahasa Indonesia.

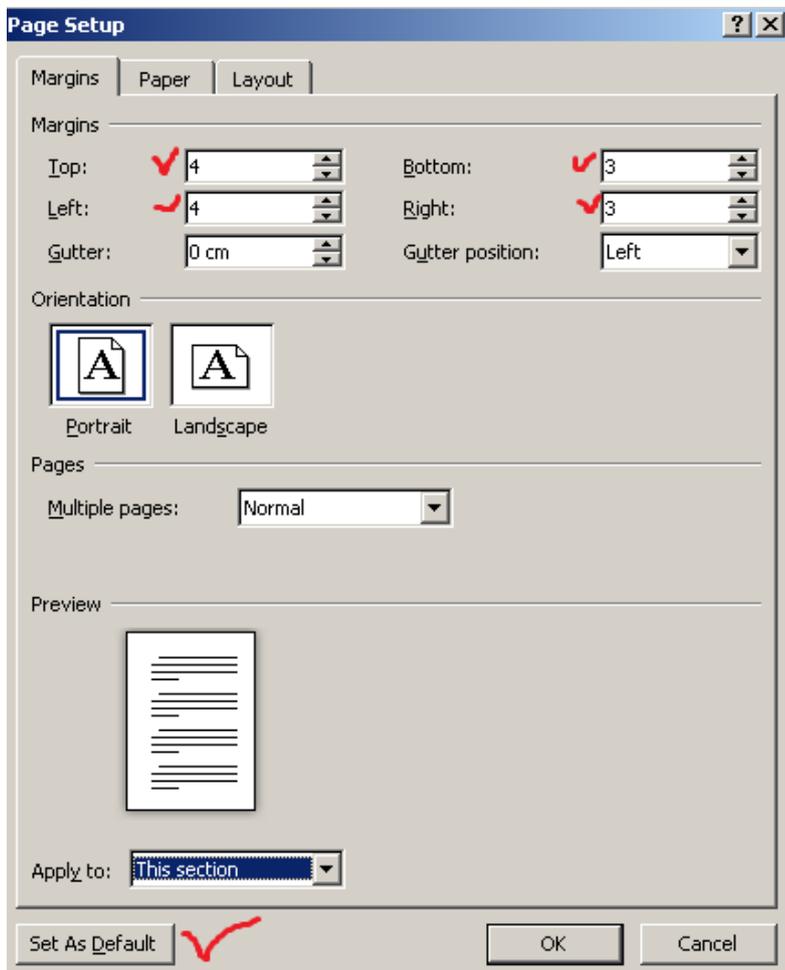
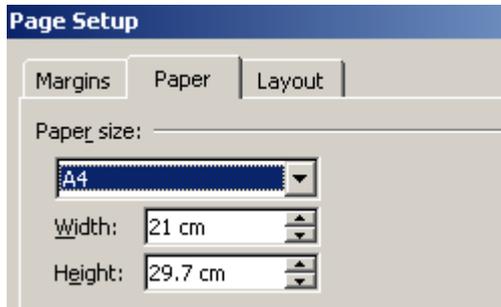
Language Interface Pack	Link Unduh
Microsoft Office 2007	https://support.office.com/en-us/article/language-accessory-pack-for-office-82ee1236-0f9a-45ee-9c72-05b026ee809f
Microsoft Office 2010	
Microsoft Office 2013	
Microsoft Office 2016	

b. Mengatur Ukuran Kertas & Margin

Page Layout > Margins > Custom Margins.. > Sat As Default

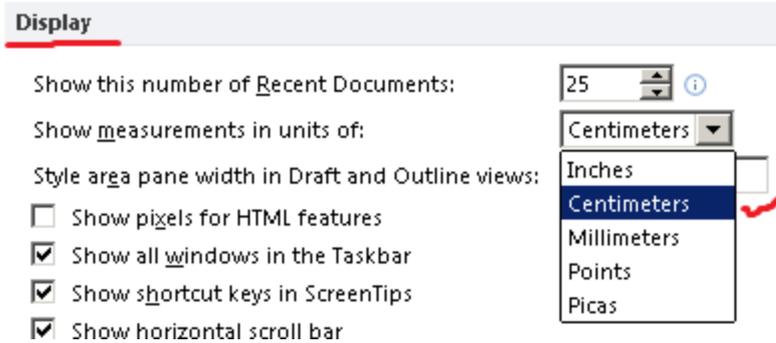
Atur batas kertas

Top : 4 Left : 4 Bottom : 3 Right : 3



c. Mengatur ukuran Centimeter “ cm ”

FILE > OPTIONS > ADVANCED > DISPLAY



d. Mengatur Huruf (Font)

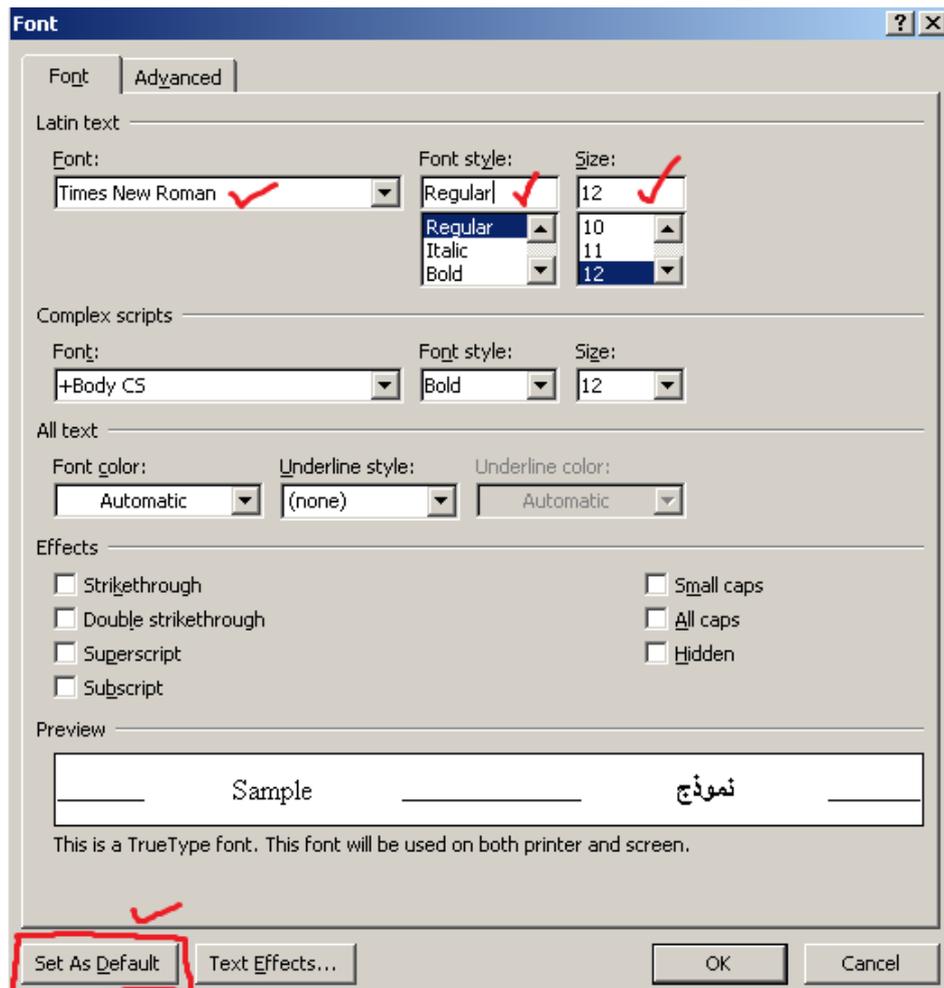
CTRL + D > Sat As Default

Atur jenis dan ukuran huruf

Font : Times New Roman

Font style : Regular

Size: 12



e. Mengatur Spasi dan Indentasi (Tab)

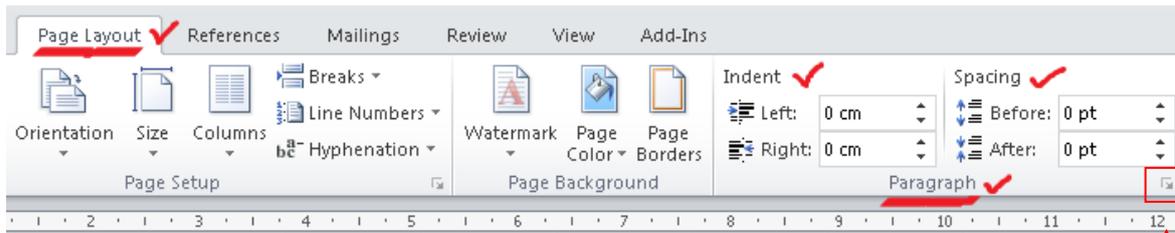
Page Layout > Paragraph > Set As Default

Atur **Tab** atau **Indent** sebagai berikut:

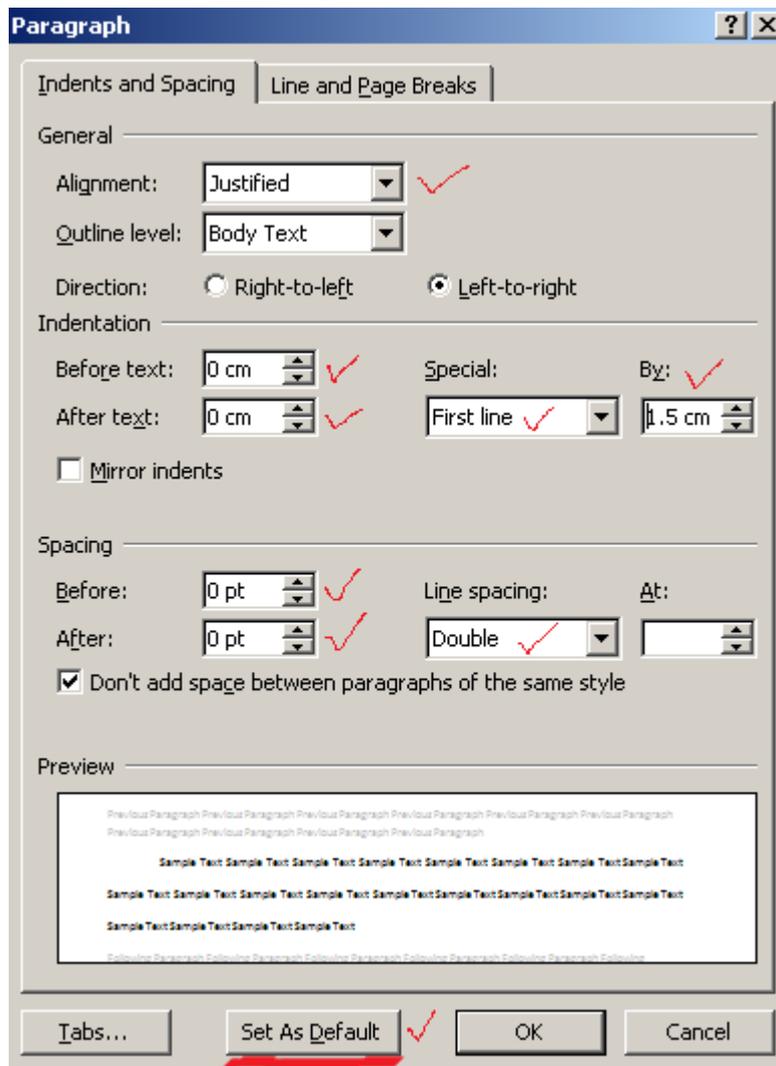
Before text: 0 cm After text: 0 cm Special : First Line By : 1.5 cm

Atur **Spasi** sebagai berikut:

Before : 0 pt After : 0 pt Line Spacing : Double



Klik **tanda panah** pada pojok kanan bawah **Paragraph**



4. Teknik Penulisan Skripsi

a. Huruf Kapital (besar)

Dalam penulisan skripsi terdapat 2 (dua) ketentuan tentang huruf kapital (besar), di antaranya:

Kapital Seluruhnya

Huruf kapital seluruhnya hanya mencakup **judul & singkatan**, termasuk **kata penghubung**. Apa itu judul dalam skripsi? Judul adalah **domain (bagian) utama** dalam **bagian-bagian penting skripsi**, di antaranya:

No	Keterangan Judul	Contoh
1	Judul Skripsi	PENGARUH PENDAPATAN DAN PENGELUARAN TERHADAP TINGKAT TABUNGAN
2	Judul Halaman Penting	SKRIPSI PROPOSAL SKRIPSI KOMPREHENSIF MOTTO LEMBAR PERSETUJUAN LEMBAR PENGESAHAN LEMBAR PERNYATAAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP LEMBAR PERSEMBAHAN ABSTRAK / ABSTRACT KATA PENGANTAR DAFTAR ISI DAFTAR TABEL DAFTAR GAMBAR DAFTAR LAMPIRAN BAB I PENDAHULUAN BAB II TINJAUAN PUSTAKA BAB III METODE PENELITIAN BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN BAB V PENUTUP DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN HASIL OLAH DATA SURAT IZIN PENELITIAN SURAT PENERIMAAN PENELITIAN BUKTI PENELITIAN
3	Singkatan	TNI, WNI, WHO, PT, BRI, dll

Kapital Depan

Huruf kapital depan terdiri dari **sub judul, sub dari sub judul, nama orang, nama jalan, nama-nama penting benda/ non benda, tempat, lokasi, awal kalimat, judul tabel, judul gambar, judul diagram, dan akronim**, namun tidak berlaku bagi **kata penghubung**

No	Keterangan	Contoh	
1	Sub Judul	Latar Belakang Penelitian Rumusan Masalah Tujuan Penelitian Manfaat Penelitian Sistematika Penulisan	Turunan dari bab 1
		Landasan Teori Penelitian Terdahulu Kerangka Berpikir Pengembangan Hipotesis	Turunan dari bab 2
		Jenis Penelitian Tempat dan Waktu Penelitian Operasional Variabel Penelitian Populasi dan Sampel Teknik Pengumpulan Data Teknik Analisis Data	Turunan dari bab 3
		Gambaran Umum Objek Penelitian Hasil Penelitian Pembahasan Penelitian	Turunan dari bab 4
		Kesimpulan Saran	Turunan dari bab 5
2	Sub dari Sub Judul	Manajemen Akuntansi Manajemen Sumber Daya Manusia Manajemen Pemasaran Manajemen Keuangan Perpajakan Audit Kinerja Loyalitas Pelanggan Profitabilitas Kepatuhan Pajak Kualitas Audit	Turunan dari sub judul bab - bab
3	Nama Orang	Wahyudi, Sugiarti, Harras, Kasmir, Mangkunegara, T	Penulis Teori, Jurnal, Data, Nara sumber, dll
4	Nama Jalan	Jalan Jenderal Sudirman, Jalan M. H. Thamrin, Jalan Raya Pamulang, dll	Alamat
5	Nama-nama Penting Benda/ non Benda	Al-Quran, Injil, Pancasila, dll	Kitab suci Dasar negara
6	Tempat	Indomaret, Telkomsel, Pertamina, Bank Mandiri, dll	Tempat penelitian dan atau tempat lainnya
7	Lokasi	Indonesia, Banten, Tangerang Selatan, Pamulang, dll	Wilayah
8	Awal Kalimat	Sesungguhnya, Hakikatnya, Sejak, dll	Awal kalimat

No	Keterangan	Contoh	
9	Judul Tabel	Tabel 1.1. Kinerja Perusahaan Tabel 2.2. Penilaian Kinerja Tabel 3.3. Jumlah Populasi Tabel 4.4. Uji Validitas, dll	Judul tabel
10	Judul Gambar	Gambar 1.1. Segmentasi Pasar Gambar 2.2. Kerangka Berpikir Gambar 3.3. Desain Penelitian Gambar 4.4. Sebaran Sampel, dll	Judul gambar
11	Judul Diagram	Diagram 1.1. Perputaran Produk Diagram 2.2. Teori Motivasi Maslow dll	Judul diagram
12	Akronim	Unpam, Jabodetabek, Bulog, Bansos, dll	Akronim
Selain pada judul, Kata penghubung tidak boleh ditulis kapital			
No	Keterangan	Contoh	
1	Sub Judul	Populasi dan Sampel, dll	Sub judul bab 3

b. Huruf Tebal

Secara umum, **suatu kata atau kalimat** dapat **ditebalkan** jika memiliki **unsur penting** seperti **judul, sub judul, sub dari sub judul, nama, lokasi dan tempat, ayat kitab suci, pasal undang-undang, dan sebagainya**

No	Keterangan	Contoh	
1	Judul Skripsi	PENGARUH KINERJA DAN LOYALITAS TERHADAP PROMOSI JABATAN PADA KEMENTERIAN AGAMA RI	
2	Sub Judul	1.1 Latar Belakang Penelitian 1.2 Rumusan Masalah dll	
3	Ayat Kitab Suci Al-Quran	Dengan Menyebut Nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang	
~	Dan sebagainya...		

c. Huruf Miring

Kata atau kalimat yang **ditulis miring** adalah **huruf latin** yang **berbahasa asing** dan **daerah**, kecuali **bahasa arab**.

No	Keterangan	Contoh	
1	Bahasa Asing	<i>My name is wahyu</i> <i>Mon nom est révélation</i> dan sebagainya...	Inggris Francis
2	Bahasa Daerah	<i>Alon-alon waton lelakon</i> <i>Kudu silih asih, silih asah, jeung silih asuh</i> dan sebagainya...	Jawa Sunda

d. Penomoran Halaman

Tata cara penomoran halaman di bagi pada 2 (dua) bagian, di antaranya:

Bagian Awal Skripsi	Bagian Utama dan Akhir Skripsi
SAMPUL LUAR <i>(no number)</i> SAMPUL DALAM <i>(no number)</i> HALAMAN MOTTO LEMBAR PERSETUJUAN LEMBAR PENGESAHAN LEMBAR PERNYATAAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP LEMBAR PERSEMBAHAN ABSTRAK ABSTRACT KATA PENGANTAR DAFTAR ISI DAFTAR TABEL DAFTAR GAMBAR DAFTAR LAMPIRAN	BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Penelitian 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan Penelitian 1.4 Manfaat Penelitian BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Landasan Teori 2.2 Penelitian Terdahulu 2.3 Kerangka Berpikir 2.4 Pengembangan Hipotesis BAB III METODE PENELITIAN 3.1 Jenis Penelitian 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 3.3 Operasional Variabel Penelitian 3.4 Populasi dan Sampel 3.5 Teknik Pengumpulan Data 3.6 Teknik Analisis Data BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.2 Hasil Penelitian 4.3 Pembahasan Penelitian BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan. 5.2 Saran DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN
Menggunakan angka Romawi kecil (i, ii, iii, dst...)	Menggunakan angka latin (1, 2, 3, dst...)
Diletakkan pada bagian tengah bawah	Pada halaman pertama BAB , penomoran diletakkan di bagian tengah bawah . Sedangkan pada halaman berikutnya , penomoran diletakkan di bagian kanan bawah .

CONTOH Penomoran Bagian Awal Skripsi

MOTTO i	LEMBAR PERSETUJUAN ii	LEMBAR PENGESAHAN iii
LEMBAR PERNYATAAN iv	DAFTAR RIWAYAT HIDUP v	LEMBAR PERSEMBAHAN vi

CONTOH Penomoran Bagian Utama Dan Akhir Skripsi

<p>BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.1 Latar Belakang Penelitian</p> <p style="text-align: center;">1</p>
<p>1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan Penelitian</p> <p style="text-align: right;">2</p>

<p>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</p> <p>2.1 Landasan Teori 2.1.1 Manajemen</p> <p style="text-align: center;">3</p>
<p>2.1.2 Manajemen Keuangan 2.1.3 Manajemen Pemasaran 2.1.4 Manajemen SDM</p> <p style="text-align: right;">4</p>

<p>BAB V PENUTUP</p> <p>5.1 Kesimpulan</p> <p style="text-align: center;">5</p>
<p>5.2 Saran</p> <p style="text-align: right;">6</p>

<p>DAFTAR PUSTAKA</p> <p>.....</p> <p style="text-align: center;">7</p>
<p>.....</p> <p style="text-align: right;">8</p>

e. Penomoran Sub BAB dan Sub dari Sub BAB

Secara umum isi skripsi terdiri dari 3 unsur utama yaitu, **judul bab**, **sub bab**, dan **sub dari sub bab**. Adapun teknik penomorannya dapat kita lihat pada tabel di bawah ini:

Daftar Isi Skripsi	Keterangan
BAB I PENDAHULUAN	Judul bab
1.1 Latar Belakang Penelitian 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan Penelitian 1.4 Manfaat Penelitian 1.5 Sistematika Penulisan	sub bab
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Judul bab
2.1 Landasan Teori	sub bab
2.1.1 Manajemen 2.1.2 Manajemen SDM 2.1.3 Kinerja 2.1.4 Kompensasi 2.1.5 Kompetensi	sub dari sub bab
2.2 Penelitian Terdahulu 2.3 Kerangka Berpikir 2.4 Pengembangan Hipotesis	sub bab
BAB III METODE PENELITIAN	Judul bab
3.1 Jenis Penelitian 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 3.3 Operasional Variabel Penelitian 3.4 Populasi dan Sampel 3.5 Teknik Pengumpulan Data 3.6 Teknik Analisis Data	sub bab
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Judul bab
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.2 Hasil Penelitian 4.3 Pembahasan Penelitian	sub bab
BAB V PENUTUP	Judul bab
5.1 Kesimpulan 5.2 Saran	sub bab

Berdasarkan tabel di atas, kita mengetahui bahwa **penomoran sub bab** dan **sub dari sub bab** menggunakan **angka** (1.1, 2.1, 3.1, dst...) yang tersusun **sistematis** dan **berkelanjutan** pada setiap bab nya.

Bagaimana penerapannya pada lembar kerja skripsi?

Berikut contoh penerapan penomoran **sub bab** dan **sub dari sub bab** pada lembar kerja skripsi.

CONTOH Penomoran dan Peletakan Sub BAB dan Turunannya

**BAB I
PENDAHULUAN**

- 1.1 Latar Belakang Penelitian
- 1.2 Rumusan Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Manfaat Penelitian

**BAB II
TINJAUAN PUSTAKA**

- 2.1 Landasan Teori
 - 2.1.1 Manajemen
 - 2.1.1.1 Pengertian Manajemen
 - 2.1.1.2 Unsur-unsur Manajemen diletakkan sejajar dengan sub bab
 - 2.1.1.3 Fungsi Manajemen
 - 2.1.2 Manajemen Keuangan
 - 2.1.2.1 Pengertian Manajemen Keuangan diletakkan sejajar dengan sub bab
 - 2.1.2.2 Tujuan Manajemen Keuangan diletakkan sejajar dengan sub bab
 - 2.1.2.3 Manfaat Manajemen Keuangan
 - 2.1.3 Profitabilitas
 - 2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas
 - 2.1.3.2 Rasio Profitabilitas diletakkan sejajar dengan sub bab
 - 2.1.3.3 Indikator Profitabilitas
 - 2.1.4 Likuiditas
 - 2.1.4.1 Pengertian Likuiditas
 - 2.1.4.2 Rasio Likuiditas diletakkan sejajar dengan sub bab
 - 2.1.4.3 Indikator Likuiditas
 - 2.1.5 Aktivitas
 - 2.1.5.1 Pengertian Aktivitas
 - 2.1.5.2 Rasio Aktivitas diletakkan sejajar dengan sub bab
 - 2.1.5.3 Indikator Aktivitas
- 2.2 Penelitian Terdahulu
- 2.3 Kerangka Berpikir
- 2.4 Pengembangan Hipotesis

**BAB III
METODE PENELITIAN**

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian
 - 3.2.1 Tempat diletakkan sejajar dengan sub bab
 - 3.2.2 Waktu Penelitian
- 3.3 Operasional Variabel Penelitian
- 3.4 Populasi dan Sampel
 - 3.4.1 Populasi
 - 3.4.2 Sampel diletakkan sejajar dengan sub bab
 - 3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel
- 3.5 Teknik Pengumpulan Data
- 3.6 Teknik Analisis Data

**BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian
- 4.1.1 Sejarah Perusahaan
- 4.1.2 Visi dan Misi diletakkan sejajar dengan sub bab
- 4.1.3 Strategis Bisnis
- 4.1.4 Struktur Organisasi
- 4.2 Hasil Penelitian
- 4.2.1 Karakteristik Responden diletakkan sejajar dengan sub bab
- 4.2.2 Analisis Deskriptif
- 4.2.3 Uji Kualitas data
- 4.2.3.1 Uji Validitas diletakkan sejajar dengan sub bab
- 4.2.3.2 Uji Reliabilitas
- 4.2.4 Uji Asumsi Klasik
- 4.2.4.1 Uji Normalitas
- 4.2.4.2 Uji Linearitas
- 4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas diletakkan sejajar dengan sub bab
- 4.2.4.4 Uji Multikolinearitas
- 4.2.4.5 Uji Autokorelasi
- 4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda
- 4.2.5.1 Uji Parsial diletakkan sejajar dengan sub bab
- 4.2.5.2 Uji Simultan
- 4.2.6 Uji Koefisien Determinasi
- 4.3 Pembahasan Penelitian
- 4.3.1 Pengaruh Variabel X1 terhadap Y
- 4.3.2 Pengaruh Variabel X2 terhadap Y diletakkan sejajar dengan sub bab
- 4.3.3 Pengaruh Var. X1 dan X2 terhadap Y

**BAB V
PENUTUPAN**

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran

f. Pengetikan Naskah Skripsi

Pengetikan naskah terdiri dari **cara penulisan** dan **peletakannya**. Berikut penjelasan rinci.

Ketentuan dan Contoh Pengetikan Naskah Skripsi

Ketentuan	Keterangan
<p>Ketentuan umum Naskah ditulis rata kiri dan kanan</p>	<p>Tulisan membentuk paragraf</p>
<div style="text-align: center;"> <p>BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.1 Latar Belakang Penelitian</p> <p>Sejak Covid 19 ditetapkan sebagai bencana nasional, pemerintah dan seluruh elemen masyarakat berjibaku menekan penyebarannya. Bahkan pemerintah telah membuat kebijakan pelarangan mudik dan pergerakan orang antara daerah. Sedangkan masyarakat berupaya menjaga jarak atau interaksi antar sesama dengan tidak melakukan kontak fisik.</p> <p>Kendati demikian, masyarakat yang terkonfirmasi positif Covid 19 masih cukup banyak. Pada 25 Mei 2020, Kementerian Kesehatan RI merilis jumlah pasien terpapar sebanyak 22.750 dengan jumlah pasien meninggal sebanyak 1.391 jiwa. Bahkan, Ikatan Dokter Indonesia (IDI) memprediksikan jumlah tersebut akan terus meningkat sampai pertengahan Juni 2020.</p> <p>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</p> <p>2.1 Landasan Teori</p> <p>Para ahli menjelaskan, landasan teori adalah basis argumentasi peneliti di dalam memahami dan menguraikan suatu fenomena. Umumnya landasan teori berupa pendapat para ahli baik yang termuat dalam buku atau atau jurnal. Menurut Wahyudi (2020), Landasan teori adalah rujukan berpikir seorang peneliti dalam memperkuat hasil penelitiannya. Artinya, peneliti memiliki dasar ilmiah di dalam menguraikan suatu masalah secara metodologis, sehingga hasil penelitian dapat diterima secara benar.</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> rata kiri rata kanan </div>	

Ketentuan	Keterangan
<p>Pada sub bab atau sub dari sub bab Naskah ditulis menjorok ke dalam (Tab/ Indentasi) sebanyak 1.5 cm</p>	<p>Terdiri dari satu paragraf atau lebih</p>
<p>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</p> <p>2.1 Landasan Teori</p> <p>---> Para ahli menjelaskan, landasan teori adalah basis argumentasi peneliti di dalam memahami dan menguraikan suatu fenomena. Umumnya landasan teori berupa pendapat para ahli baik yang termuat dalam buku atau atau jurnal. Menurut Wahyudi (2020), Landasan teori adalah rujukan berpikir seorang peneliti dalam memperkuat hasil penelitiannya. Artinya, peneliti memiliki dasar ilmiah di dalam menguraikan suatu masalah secara metodologis, sehingga hasil penelitian dapat diterima secara benar.</p> <p>2.1.1 Manajemen</p> <p>2.1.1.1 Pengertian Manajemen</p> <p>---> Wahyudi (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki. Menurut Sugiarti (2019), manajemen adalah cara ilmiah mengatur organisasi dengan metode-metode tertentu guna mencapai tujuan.</p> <p>---> Sutoro (2020), manajemen adalah cara menjalankan organisasi dengan menyusun rencana, mengorganisasikan sumber daya, melakukan usaha, dan melakukan pengendalian untuk mencapai tujuan. Dengan kata lain, manajemen seperangkat metode dalam menjalankan organisasi dengan menggunakan seluruh unsur-unsurnya secara benar dan tepat, sehingga tujuan tercapai.</p>	

Ketentuan	Keterangan
<p>Poin Pada sub bab atau sub dari sub bab Jika terdapat poin pada sub bab atau sub dari sub bab, maka diletakkan sebelah kiri sejajar dengan sub bab atau sub dari sub bab</p>	<p>Poin merupakan paragraf berbentuk angka atau huruf yang memiliki keterangan khusus</p>
<p>BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.1 Latar Belakang Penelitian ---> sub bab</p> <p>1.2 Rumusan Masalah</p> <p>Berdasarkan pembahasan pada latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian? 2. Apakah terdapat pengaruh prestasi kerja terhadap jenjang karier? 3. Apakah terdapat pengaruh kredit bermasalah terhadap likuiditas? ---> poin <p>sejajar sebelah kiri</p>	

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	-----> sub bab
2.1.1 Manajemen	-----> sub dari sub bab
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	
2.1.1.2 Fungsi Manajemen	
Menurut Mukrodi (2020) kehadiran manajemen memiliki kegunaan operasional di dalam menyukseskan tujuan organisasi, di antaranya:	
1. Fungsi manajerial	-----> poin
Manajemen dalam konteks manajerial adalah berkaitan dengan cara mengatur seluruh unsur di dalam organisasi seperti modal, manusia, mesin, pelanggan, dan sebagainya.	
2. Fungsi operasional	
Manajemen dalam perspektif operasional berarti prosedur dan strategi di dalam pelaksanaan tugas. Bagaimana menjalankan pekerjaan dengan benar, sesuai rencana dan tujuan, bagaimana hasil kerja sesuai harapan, dan sebagainya sehingga tujuan organisasi tercapai	
sejajar sebelah kiri	

Ketentuan	Keterangan
Pada sub bab atau sub dari sub bab Tulisan diletakkan di sebelah kiri sejajar dengan sub bab atau sub dari sub bab	Baik membentuk paragraf sempurna atau tidak

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	
Menurut Sugiarti (2020), Landasan teori adalah rujukan berpikir seorang peneliti dalam memperkuat hasil penelitiannya. Artinya, peneliti memiliki dasar ilmiah di dalam menguraikan suatu masalah secara metodologis, sehingga hasil penelitian dapat diterima secara benar.	
2.1.1 Manajemen	
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	
Harras (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki. Menurut Sugiarti (2019), manajemen adalah cara ilmiah mengatur organisasi dengan metode-metode tertentu guna mencapai tujuan.	
Sutoro (2020), manajemen adalah cara menjalankan organisasi dengan menyusun rencana, mengorganisasikan sumber daya, melakukan usaha, dan melakukan pengendalian untuk mencapai tujuan.	
2.1.1.2 Fungsi Manajemen	
Menurut Wahyudi (2020) fungsi manajemen terdiri dari: -----> paragraf tidak sempurna	
1. Fungsi manajerial	
2. Fungsi operasional	
2.1.1.3 Indikator Manajemen	
Menurut Wahyudi (2020) indikator manajemen terdiri dari:	
1. Perencanaan	
2. Pengorganisasian	
3. Pelaksanaan	
4. Pengawasan, evaluasi dan penilaian	
sejajar sebelah kiri	

Ketentuan	Keterangan
<p>Pada poin Naskah ditulis menjorok ke dalam (Tab/ Indentasi) 1.5 cm & sejajar dengan poin</p>	<p>Tulisan membentuk satu paragraf, minimal terdiri dari dua paragraf</p>
<p>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</p> <p>2.1 Landasan Teori</p> <p>Menurut Wahyudi (2020), Landasan teori adalah rujukan berpikir seorang peneliti dalam memperkuat hasil penelitiannya. Artinya, peneliti memiliki dasar ilmiah di dalam menguraikan suatu masalah secara metodologis, sehingga hasil penelitian dapat diterima secara benar.</p> <p>2.1.1 Manajemen</p> <p>2.1.1.1 Pengertian Manajemen</p> <p>Sutoro (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki. Menurut Sugiarti (2019), manajemen adalah cara ilmiah mengatur organisasi dengan metode-metode tertentu guna mencapai tujuan.</p> <p>2.1.1.2 Fungsi Manajemen</p> <p>Menurut Mukrodi (2020) fungsi manajemen terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi manajerial <ul style="list-style-type: none"> → Manajemen dalam konteks manajerial adalah berkaitan dengan cara mengatur seluruh unsur di dalam organisasi seperti modal, manusia, mesin, pelanggan, dan sebagainya. Pada pelaksanaannya, para manajer menjadi motor yang menggerakkan dan mengoordinasi seluruh lini/ bagian. → Selain itu, jajaran direksi mengambil peran sebagai pemangku kebijakan yang memberikan kepastian legal bagi level operasional. Adanya fungsi ini dapat menciptakan keselarasan kerja yang mendorong pencapaian tujuan secara efektif 2. Fungsi operasional <ul style="list-style-type: none"> → Manajemen dalam perspektif operasional berarti prosedur dan strategi di dalam pelaksanaan tugas. Bagaimana menjalankan pekerjaan dengan benar, sesuai rencana dan tujuan, bagaimana hasil kerja sesuai harapan, dan sebagainya sehingga tujuan organisasi tercapai. → Manajemen pada level operasional lebih banyak ditangani oleh para pegawai. Pada bagian ini, para pegawai membutuhkan aturan yang memandu bagaimana pekerjaan dilaksanakan agar hasilnya sesuai dengan harapan perusahaan. Selain itu, para pegawai memerlukan kehadiran pimpinan sebagai orang yang dapat dimintai keterangan dalam pelaksanaan tugas, sehingga dapat meminimalisir risiko atau kesalahan. 	

↓
Menjorok (tab) 1.5 cm &
Sejajar dg poin

Ketentuan	Keterangan
<p>Pada poin Naskah ditulis tidak menjorok ke dalam (Tab/ Indentasi) dan sejajar</p>	<p>Hanya terdapat satu paragraf dan atau tidak membentuk satu paragraf sempurna</p>
<p>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</p> <p>2.1 Landasan Teori</p> <p>Menurut Harras (2020), Landasan teori adalah rujukan berpikir seorang peneliti dalam memperkuat hasil penelitiannya. Artinya, peneliti memiliki dasar ilmiah di dalam menguraikan suatu masalah secara metodologis, sehingga hasil penelitian dapat diterima secara benar.</p> <p>2.1.1 Manajemen</p> <p>2.1.1.1 Pengertian Manajemen</p> <p>Sugiarti (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki. Menurut Sugiarti (2019), manajemen adalah cara ilmiah mengatur organisasi dengan metode-metode tertentu guna mencapai tujuan.</p> <p>2.1.1.2 Fungsi Manajemen</p> <p>Menurut Sutoro (2020) fungsi manajemen terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi manajerial Manajemen dalam konteks manajerial adalah berkaitan dengan cara mengatur seluruh unsur di dalam organisasi seperti modal, manusia, mesin, pelanggan, dan sebagainya. 2. Fungsi operasional Manajemen dalam perspektif operasional berarti prosedur dan strategi di dalam pelaksanaan tugas. <p>2.1.1.3 Indikator Manajemen</p> <p>Menurut Mukrodi (2020) indikator manajemen terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan Manajemen adalah tahap di mana para pimpinan merencanakan tujuan dan aktivitas. 2. Pengorganisasian Manajemen adalah jalur perintah yang terstruktur dan bersistem. 3. Pelaksanaan Manajemen adalah cara bagaimana para pegawai dapat bekerja. 4. Pengawasan Manajemen memberi ruang para manajer untuk melihat proses dan hasil kerja. 5. Evaluasi dan penilaian Manajemen memberikan wewenang para manajer untuk menilai proses dan hasil kerja. 6. Umpan balik Manajemen menciptakan siklus berkesinambungan, sehingga tercipta perbaikan. 	

Tidak Menjorok (tab) & Sejajar dg poin

Ketentuan	Keterangan
<p>Pada poin Tulisan diletakkan sejajar dengan judul poin</p>	<p>Baik membentuk paragraf atau tidak</p>
<p>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</p> <p>2.1 Landasan Teori</p> <p>2.1.1 Manajemen</p> <p>2.1.1.1 Pengertian Manajemen</p> <p>2.1.1.2 Fungsi Manajemen</p> <p>Menurut Wahyudi (2020) fungsi manajemen terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi manajerial -----> judul poin Manajemen dalam konteks manajerial adalah berkaitan dengan cara mengatur seluruh unsur di dalam organisasi seperti modal, manusia, mesin, pelanggan, dan sebagainya. Pada pelaksanaannya, para manajer menjadi motor yang menggerakkan dan mengoordinasi seluruh lini/ bagian. Selain itu, jajaran direksi mengambil peran sebagai pemangku kebijakan yang memberikan kepastian legal bagi level operasional. Adanya fungsi ini dapat menciptakan keselarasan kerja yang mendorong pencapaian tujuan secara efektif 2. Fungsi operasional Manajemen dalam perspektif operasional berarti prosedur dan strategi di dalam pelaksanaan tugas. Bagaimana menjalankan pekerjaan dengan benar, sesuai rencana dan tujuan, bagaimana hasil kerja sesuai harapan, dan sebagainya sehingga tujuan organisasi tercapai. Manajemen pada level operasional lebih banyak ditangani oleh para pegawai. Pada bagian ini, para pegawai membutuhkan aturan yang memandu bagaimana pekerjaan dilaksanakan agar hasilnya sesuai dengan harapan perusahaan. Selain itu, para pegawai memerlukan kehadiran pimpinan sebagai orang yang dapat dimintai keterangan dalam pelaksanaan tugas, sehingga dapat meminimalisir risiko atau kesalahan. <p>2.1.1.3 Indikator Manajemen</p> <p>Menurut Sutoro dan Mukrodi (2020) indikator manajemen terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perencanaan -----> judul poin Manajemen adalah tahap di mana para pimpinan merencanakan tujuan dan aktivitas. 2. Pengorganisasian Manajemen adalah jalur perintah yang terstruktur dan bersistem. 3. Pelaksanaan Manajemen adalah cara bagaimana para pegawai dapat bekerja. 4. Pengawasan Manajemen memberi ruang para manajer untuk melihat proses dan hasil kerja. 5. Evaluasi dan penilaian Manajemen memberikan wewenang para manajer untuk menilai proses dan hasil kerja. 6. Umpan balik Manajemen menciptakan siklus berkesinambungan, sehingga tercipta perbaikan. 	

Sejajar dengan judul poin

Ketentuan	Keterangan
<p>Pada poin Jika poin memiliki turunan, maka naskah ditulis bersistem tangga</p>	<p>Baik membentuk satu paragraf atau tidak</p>
<p>Susunan bersistem tangga</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi Manajemen <ol style="list-style-type: none"> a. Modal <ol style="list-style-type: none"> 1) Modal tetap <ol style="list-style-type: none"> a) Berupa aset <ol style="list-style-type: none"> (1) Gedung <ol style="list-style-type: none"> (a) Kantor pusat <p style="text-align: center;">BAB II TINJAUAN PUSTAKA</p> <p>2.1 Landasan Teori</p> <p>2.1.1 Manajemen</p> <p>2.1.1.1 Pengertian Manajemen</p> <p>2.1.1.2 Fungsi Manajemen</p> <p>Menurut Wahyudi (2020) fungsi manajemen terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fungsi manajerial <p>Manajemen dalam konteks manajerial adalah berkaitan dengan cara mengatur seluruh unsur di dalam organisasi seperti modal, manusia, mesin, pelanggan, dan sebagainya.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Modal <p>Modal adalah sejumlah biaya untuk menjalankan organisasi yang terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Modal tetap <p>Merupakan modal yang dibelanjakan untuk aset organisasi</p> 2) Modal tidak tetap <p>Merupakan modal yang digunakan untuk kegiatan operasional</p> b. Manusia c. Mesin d. Pelanggan 2. Fungsi operasional <p>Manajemen dalam perspektif operasional berarti prosedur dan strategi di dalam pelaksanaan tugas.</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Kebijakan <ol style="list-style-type: none"> 1) Prosedur / SOP <ol style="list-style-type: none"> a) Deskripsi tugas <ol style="list-style-type: none"> (1) Kualifikasi <ol style="list-style-type: none"> (a) Kompetensi 	

g. Kutipan

Apa itu kutipan? Dalam skripsi kutipan adalah teori para ahli atau pernyataan orang lain yang digunakan sebagai rujukan, biasanya berupa buku atau jurnal. Berikut penjelasan rinci.

Ketentuan dan Contoh Kutipan

Ketentuan	Contoh
<p>Teori yang digunakan maksimal 10 tahun terakhir</p> <p>Asumsi Jika di tahun 2020 ini sedang menyusun skripsi, maka teori terlama yang dapat digunakan adalah tahun 2010 (hitung mundur dari 2020)</p>	<p>Terbaru Wahyudi, Sutoro, M., & Mukrodi. (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki</p> <p>Terlama Sugiarti, E., & Harras, H. (2010) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki</p>
<p>Nama pengarang yang ditulis dalam skripsi adalah nama belakang (kecuali hanya satu suku kata nama)</p> <p>Asumsi Nama lengkap ahli adalah : 1. Ahmad Wahyudi 2. Moh. Sutoro & Raden Mukrodi 3. Siti Endang Sugiarti</p>	<p>Nama lengkap penulis “Ahmad Wahyudi” ditulis Wahyudi (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki</p> <p>Nama lengkap penulis “Moh. Sutoro & Raden Mukrodi” ditulis Sutoro & Mukrodi (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki</p> <p>Nama lengkap penulis “Siti Endang Sugiarti” ditulis Sugiarti (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki</p>
<p>Penulisan nama pengarang yang lebih dari dua nama dapat disingkat (kecuali satu atau dua pengarang)</p> <p>Asumsi Pengarang terdiri dari 1, 2, atau lebih: 1. Wahyudi 2. Moh. Sutoro dan Raden Mukrodi 3. Siti Endang Sugiarti, Hadyati, dan Moh. Sutoro 4. Siti Endang Sugiarti, Mukrodi, Moh. Sutoro, dan Harras 5. dst....</p>	<p>Satu nama Wahyudi (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki</p> <p>Dua nama Sutoro dan Mukrodi (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki</p> <p>Tiga nama atau lebih Sugiarti, dkk (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki</p>

Ketentuan	Contoh
Menggunakan tanda kutip (“ ”) dan halaman jika teori/ pendapat dikutip secara utuh	Mukrodi, dkk (2020:417) menjelaskan, “manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki”
Nama pengarang dapat diletakkan di akhir teori	Pendapat lain mengemukakan “manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki” (Harras, dkk, 2020:417)
Jika isi teori atau pendapat menggunakan narasi sendiri, maka penulisannya tidak menggunakan halaman dan tanda kutip (“ ”)	Harras, dkk (2020) menjelaskan, manajemen adalah sistem di dalam menjalankan organisasi dengan melibatkan sumber daya yang dimiliki

h. Penyajian Tabel

Ketentuan:

1. Lebar tabel sejajar dengan paragraf sebelumnya
2. Judul tabel ditulis tebal, awal kata kapital (kecuali kata penghubung), dan diletakkan di tengah
3. Spasi seluruh tabel adalah satu
4. Tulisan “Sumber” diletakan sebelah kiri sejajar dengan tabel dan ukuran huruf 10 pt
5. Tabel tidak boleh terpotong pada halaman berikutnya, kecuali **header tabel** ditampilkan

CONTOH PENYAJIAN TABEL

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak Covid 19 ditetapkan sebagai bencana nasional, pemerintah dan seluruh elemen masyarakat berjibaku menekan penyebarannya. Bahkan pemerintah telah membuat kebijakan pelarangan mudik dan pergerakan orang antara daerah. Sedangkan masyarakat berupaya menjaga jarak atau interaksi antar sesama dengan tidak melakukan kontak fisik.

Kendati demikian, masyarakat yang terkonfirmasi positif Covid 19 masih cukup banyak. Pada 25 Mei 2020, Kementerian Kesehatan RI merilis jumlah pasien terpapar sebanyak 22.750 dengan jumlah pasien meninggal sebanyak 1.391 jiwa. Bahkan, Ikatan Dokter Indonesia (IDI) memprediksikan jumlah tersebut akan terus meningkat sampai pertengahan Juni 2020.

Tabel 1.1. Data Covid 19 di Indonesia Periode Maret – Mei 2020

No	Bulan	Positif	Meninggal
1	15 Maret 2020	117	5
2	31 Maret 2020	1.528	136
3	01 April 2020	1.677	157
4	15 April 2020	5.136	469
5	30 April 2020	10.118	792
6	01 Mei 2020	10.551	800
7	15 Mei 2020	16.496	1.043
8	25 Mei 2020	22.750	1.391

Sumber: www.covid19.go.id

Tabel sejajar dengan paragraf

CONTOH PENYAJIAN TABEL TERPISAH

Tabel 4.6. Uji Validitas Variabel Kelengkapan produk (X)

No	Kuesioner	R _{hitung}	R _{Tabel}	Kesimpulan
1	PT. Catur Sentosa Adiprana menjual berbagai macam produk bahan bangunan	0,635	0,195	Valid
2	PT. Catur Sentosa Adiprana menjual produk-produk material bangunan dengan variasi harga (tersedia harga terendah s/d harga tertinggi)	0,582	0,195	Valid
3	PT. Catur Sentosa Adiprana menjual produk-produk material bangunan baik secara perorangan atau perusahaan	0,387	0,195	Valid
4	PT. Catur Sentosa Adiprana menyediakan produk-produk material bangunan secara lengkap	0,789	0,195	Valid
5	PT. Catur Sentosa Adiprana menyediakan peralatan untuk bangunan	0,713	0,195	Valid

No	Kuesioner	R _{hitung}	R _{Tabel}	Kesimpulan
6	PT. Catur Sentosa Adiprana menyediakan produk-produk bangunan dengan harga promosi	0,669	0,195	Valid
7	PT. Catur Sentosa Adiprana menjual berbagai macam merek produk bangunan	0,708	0,195	Valid
8	PT. Catur Sentosa Adiprana menjual merek-merek produk bangunan terkenal (seperti; Nippon paint, No Drop, dll)	0,1002	0,195	Valid
9	PT. Catur Sentosa Adiprana menjual produk material bangunan merek nasional	0,609	0,195	Valid
10	PT. Catur Sentosa Adiprana menjual produk material bangunan merek internasional	0,789	0,195	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2018

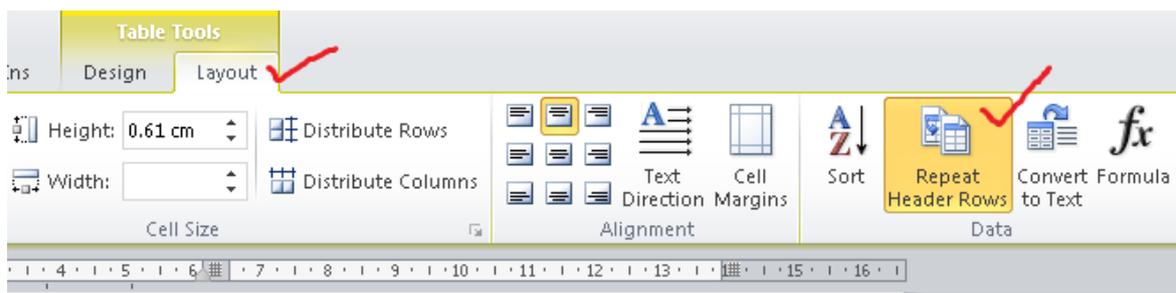
CARA MENAMPILKAN HEADER TABEL OTOMATIS

Bagaimana cara menampilkan header tabel otomatis?

Artinya, tabel tidak dipisah dari halaman berikutnya...!

CARANYA...!

Blok Header Tabel > Layout > Klik Repeat Header Rows



i. Penyajian Gambar

- Ketentuan:**
1. Besar gambar disesuaikan
 2. Judul gambar ditulis tebal, awal kata kapital (kecuali kata penghubung), dan diletakkan di tengah
 3. Spasi judul gambar adalah satu
 4. Tulisan "Sumber" diletakkan sebelah kiri sejajar dengan gambar dan ukuran huruf 10 pt

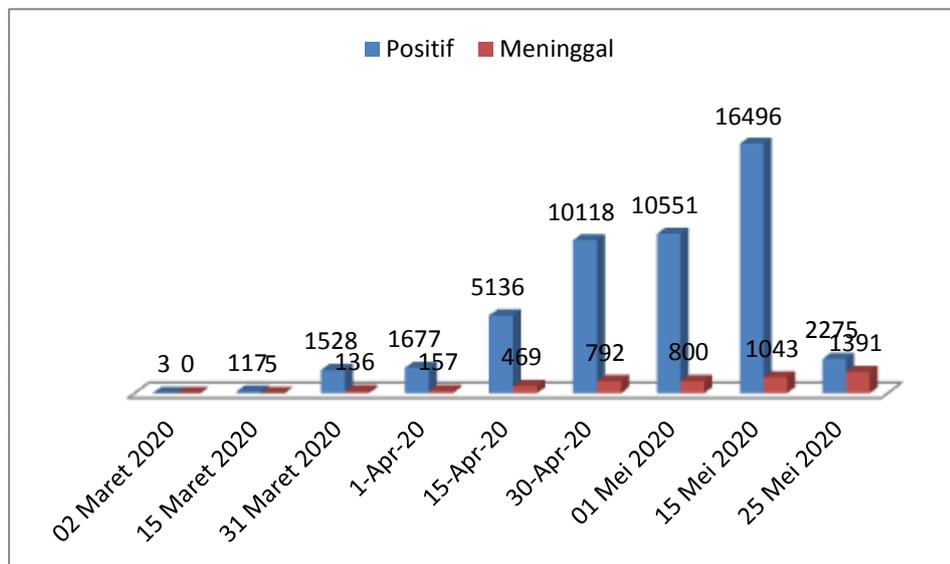
CONTOH PENYAJIAN GAMBAR

**BAB I
PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak Covid 19 ditetapkan sebagai bencana nasional, pemerintah dan seluruh elemen masyarakat berjibaku menekan penyebarannya. Bahkan pemerintah telah membuat kebijakan pelarangan mudik dan pergerakan orang antara daerah. Sedangkan masyarakat berupaya menjaga jarak atau interaksi antar sesama dengan tidak melakukan kontak fisik.

Kendati demikian, masyarakat yang terkonfirmasi positif Covid 19 masih cukup banyak. Pada 25 Mei 2020, Kementerian Kesehatan RI merilis jumlah pasien terparap sebanyak 22.750 dengan jumlah pasien meninggal sebanyak 1.391 jiwa. Bahkan, Ikatan Dokter Indonesia (IDI) memprediksikan jumlah tersebut akan terus meningkat sampai pertengahan Juni 2020.



Sumber: www.covid19.go.id

**Gambar 1.1. Data Covid 19 di Indonesia
Periode Maret – Mei 2020**

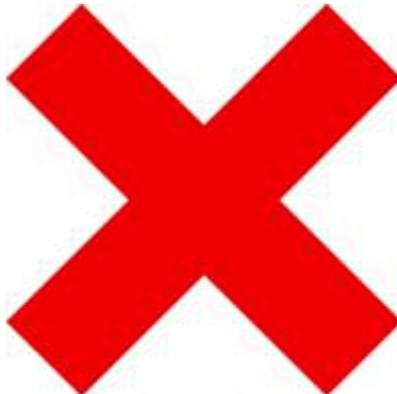
j. Ruang Halaman

Dalam penyusunan skripsi, tidak diperkenankan terdapat ruang kosong yang terlalu besar. Hendaknya penyusun menambah penjelasan atau teori-teori yang relevan.

CONTOH RUANG HALAMAN SKRIPSI**BAB I
PENDAHULUAN****1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sejak Covid 19 ditetapkan sebagai bencana nasional, pemerintah dan seluruh elemen masyarakat berjibaku menekan penyebarannya. Bahkan pemerintah telah membuat kebijakan pelarangan mudik dan pergerakan orang antara daerah. Sedangkan masyarakat berupaya menjaga jarak atau interaksi antar sesama dengan tidak melakukan kontak fisik.

Kendati demikian, masyarakat yang terkonfirmasi positif Covid 19 masih cukup banyak. Pada 25 Mei 2020, Kementerian Kesehatan RI merilis jumlah pasien terpapar sebanyak 22.750 dengan jumlah pasien meninggal sebanyak 1.391 jiwa. Bahkan, Ikatan Dokter Indonesia (IDI) memprediksikan jumlah tersebut akan terus meningkat sampai pertengahan Juni 2020.



k. Penulisan Angka

Ketentuan	Contoh
Penulisan angka satu digit dalam skripsi wajib disertai dengan huruf	1. Fungsi manajemen terdiri dari 2 (dua) unsur, di antaranya. 2. Terdapat 8 (delapan) responden yang tidak menjawab kuesioner 3. dan sebagainya...
Angka tidak boleh ditulis di depan kalimat	✗ 1. 7 (tujuh) dari 50 responden tidak berkenan mengisi kuesioner. ✗ 2. 50% responden menyatakan setuju, bahwa jenjang karier berkaitan erat dengan prestasi kerja

l. Singkatan dan Akronim

Ketentuan	Contoh
Singkatan atau akronim memiliki keterangan jelas dan ditulis konsisten	Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) adalah ilmu mengatur manusia berdasarkan kepentingan perusahaan. Namun, sejatinya perusahaan menempatkan MSDM sebagai hal prioritas di dalam mencapai tujuan. Mengingat MSDM adalah kunci utama di dalam menjawab tantangan persaingan global.
Dilarang menggunakan singkatan / akronim yang tidak baku dalam bahasa Indonesia	✗ dll, yg, dg, dst, bgt, pd, thdp,

m. Kata Penghubung

Ketentuan	Contoh
Kata penghubung	dan, untuk, kepada, antara, dengan, terhadap, maka, serta, dan sebagainya.....
Kata penghubung tidak ditulis kapital (kecuali pada judul skripsi di lembar cover/ sampul)	✗ 2.1.1 Tujuan Dan Manfaat Manajemen ✗ 3.1.1 Hubungan X Dengan Y ✗ 4.4. Peran Manajemen Dalam Organisasi
Kata penghubung tidak ditulis di depan kalimat	✗ Untuk mengetahui pengaruh X terhadap Y ✗ Agar tujuan tercapai, maka.....
Kata penghubung tidak boleh disambung	✗ Didalam mencapai tujuan, maka... ✗ Diantaranya adalah.... ✗ Diatas adalah contoh yang salah.... ✗ Dibawah ini adalah data hasil.....

n. Penulisan Daftar Pustaka

Daftar pustaka ditulis menggunakan teknik *American Psychological Association (APA)* dengan format sebagai berikut:

BUKU

Nama Belakang, Nama depan disingkat. (Tahun). Judul Buku. Kota: Penerbit.

JURNAL

Jika daftar pustaka merupakan Jurnal (Open Journal System/ OJS), maka ditulis mengikuti format yang berlaku pada sistem **pengindeks** (Seperti Google Scholar, Scopus, Thomson Reuters, DOAJ, Pubmed, Ebsco, dan sebagainya)

Ketentuan dan Contoh Penulisan Daftar Pustaka

Ketentuan	Contoh
<p>Buku</p> <p>Asumsi Nama Lengkap Pengarang</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wahyudi 2. Ahmad Mukrodi 3. Siti Hadyati Harras 4. Sutoro dan Wahyudi 5. Muhammad Wahyudi dan Moh. Sutoro 6. Endang Sugiarti, Moh. Sutoro, Mukrodi, dan Siti Hadyati Harras 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satu pengarang dengan satu nama “Wahyudi” ditulis; Wahyudi. (2020). <i>Buku Petunjuk Penulisan Skripsi</i>. Tangerang Selatan: UNPAM Press 2. Satu pengarang dengan dua nama “Ahmad Mukrodi” ditulis; Mukrodi, A. (2020). <i>Buku Petunjuk Penulisan Skripsi</i>. Tangerang Selatan: UNPAM Press 3. Satu pengarang dengan tiga nama “Siti Hadyati Harras” ditulis; Harras, S. H. (2020). <i>Buku Petunjuk Penulisan Skripsi</i>. Tangerang Selatan: UNPAM Press 4. Dua pengarang dengan satu nama “Sutoro dan Wahyudi” ditulis; Sutoro & Wahyudi. (2020). <i>Buku Petunjuk Penulisan Skripsi</i>. Tangerang Selatan: UNPAM Press 5. Dua pengarang dengan dua nama “Muhammad Wahyudi dan Moh. Sutoro” ditulis; Wahyudi, M., & Sutoro, S. (2020). <i>Buku Petunjuk Penulisan Skripsi</i>. Tangerang Selatan: UNPAM Press 6. Tiga pengarang atau lebih dengan variasi nama “Endang Sugiarti, Moh. Sutoro, Mukrodi, dan Siti Hadyati Harras” ditulis; Sugiarti, E., Sutoro, M., Mukrodi, & Harras, S. H. (2020). <i>Buku Petunjuk Penulisan Skripsi</i>. Tangerang Selatan: UNPAM Press

<p>Jurnal Penulisan daftar pustaka jurnal sesuai dengan sistem pengindeks (misalnya Google Scholar)</p>	<p>Wahyudi, M., & Mukrodi. (2020). SENSITIVITAS LINGKUNGAN KERJA DALAM ORGANISASI. <i>Jurnal Ekonomi Unpam</i>, 10(4).</p> <p>Harras. (2020). Mengukur Kinerja Perusahaan dengan Kriteria GCG dan Fundamental Keuangan. <i>Jurnal Ekonomi Unpam</i>, 10(4), 860-867.</p> <p>Wahyudi, M., Mukrodi, E. R., & Sutoro. (2020). Perubahan Perilaku Konsumen di Era Digital. <i>JEU</i>, 10(4).</p> <p>Wahyudi, Mukrodi, Sutoro, L. I., & Sugiarti, E. (2020). REFORMASI MANAJEMEN BISNIS BERBASIS AKUNTANSI DIGITAL. <i>JEU</i>, 10(4), 860-867</p>
--	--

BAGAIMANA CARA MENDAPATKAN DAFTAR PUSTAKA JURNAL?

Caranya...!

<p>Buka situs google scholar</p>	<p>https://scholar.google.com/</p>
<p>Tuliskan judul yang ingin dicari</p>	
<p>Klik tanda kutip ”</p>	<p>[PDF] Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Variabel Pemediasi Kepuasan Kerja Pada PDAM Kota Madiun H Murti, YA Stimulyani - JRMAJ Jurnal Riset Manajemen dan ... , 2013 - academia.edu Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi terhadap kepuasan kerja pegawai, pengaruh motivasi terhadap kinerja pegawai, pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai, dan menguji kepuasan kerja sebagai variabel pemediasi antara ... ☆  Cited by 167 Related articles All 3 versions </p>

<p>Pilih APA dan Copy dan Paste</p>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center; border-bottom: 1px solid #ccc;"> × Cite </div> <div style="padding: 5px;"> <p> MLA Murti, Harry, and Veronika Agustini Srimulyani. "Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Variabel Pemediasi Kepuasan Kerja Pada PDAM Kota Madiun." <i>JRMA Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi</i> 1.1 (2013): 10-17. </p> <p> ✓ APA Murti, H., & Srimulyani, V. A. (2013). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Variabel Pemediasi Kepuasan Kerja Pada PDAM Kota Madiun. <i>JRMA Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi</i>, 1(1), 10-17. </p> <p> Chicago Murti, Harry, and Veronika Agustini Srimulyani. "Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Variabel Pemediasi Kepuasan Kerja Pada PDAM Kota Madiun." <i>JRMA Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi</i> 1, no. 1 (2013): 10-17. </p> <p> Harvard Murti, H. and Srimulyani, V.A., 2013. Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Variabel Pemediasi Kepuasan Kerja Pada PDAM Kota Madiun. <i>JRMA Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi</i>, 1(1), pp.10-17. </p> <p> Vancouver Murti H, Srimulyani VA. Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Variabel Pemediasi Kepuasan Kerja Pada PDAM Kota Madiun. <i>JRMA Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi</i>. 2013 Feb 28;1(1):10-7. </p> <div style="text-align: center; margin-top: 10px;"> BibTeX EndNote RefMan RefWorks </div> </div> </div>
---	---

PETUNJUK SUBSTANSI PENULISAN SKRIPSI



Sumber: <https://www.bernas.id>

Gambar 2. Substansi Penulisan Skripsi

Cobaan terberat dalam menyusun skripsi adalah menuangkan isi kepala dalam bentuk tulisan. Pasalnya, skripsi adalah hal baru, maka pengetahuan dan pengalamannya belum ada. Diperlukan kerja keras dan pengorbanan, terkadang mencari buku hingga ke banyak perpustakaan (Perpustakaan Nasional dan Perpustakaan Kampus lain), membaca buku dan jurnal hingga larut malam, mendengarkan penjelasan dosen pembimbing berjam-jam, hingga melihat tutorial (Youtube) sehari-hari. Pekerjaan yang menguras pikiran, waktu, tenaga, dan biaya. Namun, inilah momen paling berkesan selama perkuliahan, banyak dinamika yang secara nyata berpengaruh terhadap peningkatan kualitas diri, yakni adanya peningkatan pola pikir dan perubahan kepribadian yang lebih baik.

1. Sistematika Penulisan Komprehensif

SAMPUL DEPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

RINGKASAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I MATA KULIAH PERTAMA

1.1 Latar Belakang

1.2 Rumusan

1.3 Tujuan

1.4 Manfaat

1.5 Landasan Teori

1.6 Pembahasan

1.7 Kesimpulan

DAFTAR PUSTAKA

BAB II MATA KULIAH KEDUA

2.1 Latar Belakang

2.2 Rumusan

2.3 Tujuan

2.4 Manfaat

2.5 Landasan Teori

2.6 Pembahasan

2.7 Kesimpulan

DAFTAR PUSTAKA

2. Sistematika Penulisan Proposal Skripsi

Kuantitatif	Kualitatif
SAMPUL LUAR	SAMPUL LUAR
KATA PENGANTAR	KATA PENGANTAR
DAFTAR ISI	DAFTAR ISI
DAFTAR TABEL	DAFTAR TABEL
DAFTAR GAMBAR	DAFTAR GAMBAR
BAB I PENDAHULUAN	BAB I PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Penelitian	1.1 Latar Belakang Penelitian
1.2 Rumusan Masalah	1.2 Fokus Penelitian
1.3 Tujuan Penelitian	1.3 Tujuan Penelitian
1.4 Manfaat Penelitian	1.4 Manfaat Penelitian
1.5 Sistematika Penulisan	1.5 Sistematika Penulisan
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1 Landasan Teori	2.1 Landasan Teori
2.2 Penelitian Terdahulu	2.2 Penelitian Terdahulu
2.3 Kerangka Berpikir	2.3 Kerangka Berpikir
2.4 Pengembangan Hipotesis	2.4 Proporsi Penelitian
BAB III METODE PENELITIAN	BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Jenis Penelitian	3.1 Jenis Penelitian
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	3.2 Tempat dan Waktu Penelitian
3.3 Operasional Variabel Penelitian	3.3 Instrumen Penelitian
3.4 Populasi dan Sampel	3.4 Populasi dan Sampel
3.5 Teknik Pengumpulan Data	3.5 Teknik Pengumpulan Data
3.6 Teknik Analisis Data	3.6 Teknik Analisis Data
DAFTAR PUSTAKA	DAFTAR PUSTAKA

3. Sistematika Penulisan Skripsi

Kuantitatif	Kualitatif
<p>SAMPUL LUAR SAMPUL DALAM HALAMAN MOTTO LEMBAR PERSETUJUAN LEMBAR PENGESAHAN LEMBAR PERNYATAAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP LEMBAR PERSEMBAHAN ABSTRAK ABSTRACT KATA PENGANTAR DAFTAR ISI DAFTAR TABEL DAFTAR GAMBAR DAFTAR LAMPIRAN BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Penelitian 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan Penelitian 1.4 Manfaat Penelitian BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Landasan Teori 2.2 Penelitian Terdahulu 2.3 Kerangka Berpikir 2.4 Pengembangan Hipotesis BAB III METODE PENELITIAN 3.1 Jenis Penelitian 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 3.3 Operasional Variabel Penelitian 3.4 Populasi dan Sampel 3.5 Teknik Pengumpulan Data 3.6 Teknik Analisis Data BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.2 Hasil Penelitian 4.3 Pembahasan Penelitian BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan 5.2 Saran DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN</p>	<p>SAMPUL LUAR SAMPUL DALAM HALAMAN MOTTO LEMBAR PERSETUJUAN LEMBAR PENGESAHAN LEMBAR PERNYATAAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP LEMBAR PERSEMBAHAN ABSTRAK ABSTRACT KATA PENGANTAR DAFTAR ISI DAFTAR TABEL DAFTAR GAMBAR DAFTAR LAMPIRAN BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Penelitian 1.2 Fokus Penelitian 1.3 Tujuan Penelitian 1.4 Manfaat Penelitian BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Landasan Teori 2.2 Penelitian Terdahulu 2.3 Kerangka Berpikir 2.4 Proporsi Penelitian BAB III METODE PENELITIAN 3.1 Jenis Penelitian 3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 3.3 Instrumen Penelitian 3.4 Populasi dan Sampel 3.5 Teknik Pengumpulan Data 3.6 Teknik Analisis Data BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 4.2 Hasil Penelitian 4.3 Pembahasan Penelitian BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan 5.2 Saran DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN</p>

4. Judul Skripsi

Bagaimana cara membuat judul skripsi?....ada 3 (tiga) cara, di antaranya:

PERTAMA: Cara Sederhana

Cara sederhana maksudnya, kita cukup melihat judul skripsi yang sudah ada (orang lain), jika kita suka/ tertarik langsung kita gunakan saja judul tersebut

KEDUA: Cara Baik

Cara baik maksudnya, dalam menentukan judul terlebih dahulu kita melakukan observasi awal/ pratinjau yang dilakukan oleh diri sendiri, yakni dengan meidentifikasi masalah yang ada pada objek penelitian. Biasanya cara ini menampilkan data pra riset.

KETIGA: Cara Benar

Cara benar maskudnya, penentuan judul ditetapkan atas dasar penggalian informasi mendalam dan disertai data yang diperoleh dari orang yang paling berwenang (memahami) pada suatu objek penelitian, misalnya Pemilik Perusahaan, Direktur, Manajer, dan sebagainya.

Contoh Judul-Judul Skripsi Ilmu Manajemen

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen SDM
1	Pengaruh Organizational Citizenship Behavior dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja
2	Pengaruh etos kerja dan Lingkungan Terhadap Kinerja Karyawan
3	Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja
4	Pengaruh Stres Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja
5	Pengaruh Budaya Organisasi dan Pelatihan Terhadap Kinerja
6	Pengaruh Kompensasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja
7	Pengaruh Dukungan organisasi Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja
8	Pengaruh Promosi Dan Rotasi Terhadap Kinerja Pegawai
9	Pengaruh Diklat dan Kompensasi Terhadap Kinerja
10	Pengaruh Kompetensi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja
11	Pengaruh Kepemimpinan dan Dukungan Sosial Terhadap Kinerja
12	Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Pengawasan Terhadap Kinerja
13	Pengaruh Wewenang dan Team Work terhadap Kinerja
14	Pengaruh Motivasi dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan
15	Pengaruh Fasilitas dan Struktur Organisasi Terhadap Kinerja
16	Pengaruh Sistem Kerja Dan etos kerja Terhadap Kinerja
17	Pengaruh Tunjangan dan Beban Kerja Terhadap Kinerja
18	Pengaruh Kedisiplinan dan Pengawasan Terhadap Kinerja
19	Pengaruh Kemampuan Komunikasi dan Karakteristik Diri Terhadap Kinerja
20	Pengaruh Pengembangan Karir dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja
21	Pengaruh Efikasi Diri dan Locus Of Control Terhadap Kinerja Karyawan
22	Pengaruh Dukungan Sosial dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja
23	Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Kinerja
24	Pengaruh Pengalaman dan Pengetahuan Terhadap Kinerja

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen SDM
25	Pengaruh Masa Kerja dan Kompetensi terhadap Kinerja
26	Pengaruh Rekrutmen dan Seleksi Terhadap Kinerja Pekerja
27	Pengaruh Dukungan Organisasi dan Dukungan Pimpinan terhadap Kinerja
28	Pengaruh Karakteristik Pekerjaan dan OCB terhadap Kinerja
29	Pengaruh Efikasi Diri dan Stres Kerja Terhadap Kinerja
30	Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja
31	Pengaruh Loyalitas dan Komitmen terhadap Kinerja
32	Pengaruh Konflik Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja
33	Pengaruh Penempatan Kerja dan Sistem Kerja Terhadap Kinerja
34	Pengaruh Keterlibatan Kerja dan Efikasi diri terhadap kinerja karyawan
35	Pengaruh Fasilitas Dan Insentif Terhadap Motivasi Kerja
36	Pengaruh Efikasi Diri Dan Stres Kerja Terhadap Prestasi Kerja
37	Pengaruh Remunerasi Dan Kompetensi Terhadap Motivasi Kerja
38	Pengaruh Beban Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja
39	Pengaruh Manajemen Perubahan Dan Organisasi Pembelajaran Terhadap Kinerja
40	Pengaruh Kepuasan Kerja dan Komitmen organisasi Terhadap Motivasi Kerja
41	Pengaruh Stres Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Turnover
42	Pengaruh Konflik kerja dan Stres kerja terhadap Turnover
43	Pengaruh Kompensasi dan Dukungan Organisasi terhadap Kepuasan Kerja
44	Pengaruh Team Work dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja
45	Pengaruh Promosi dan Pengembangan SDM terhadap Kepuasan Kerja
46	Pengaruh Insentif dan Tunjangan terhadap Kepuasan Kerja
47	Pengaruh Dukungan organisasi dan Dukungan sosial Terhadap Kepuasan Kerja
48	Pengaruh Kebijakan Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan
49	Pengaruh Budaya Organisasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Komitmen Organisasi
50	Pengaruh Keselamatan Dan Kesehatan Kerja, Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Komitmen Organisasi
51	Pengaruh Lingkungan dan Kecerdasan emosional terhadap Komitmen Organisasi
52	Pengaruh kecerdasan intelektual dan kecerdasan emosional terhadap Komitmen
53	Pengaruh Kompensasi dan Promosi Jabatan terhadap Loyalitas Kerja
54	Pengaruh Tunjangan Kinerja Dan Lingkungan Kerja terhadap Loyalitas Kerja
55	Pengaruh Penawasan dan Penilaian Kinerja terhadap Prestasi Kerja
56	Pengaruh Disiplin kerja dan Budaya organisasi terhadap Prestasi Kerja
57	Pengaruh Kompetensi dan Dukungan Organisasi terhadap Prestasi Kerja
58	Pengaruh Kecerdasan Emosional, Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja
59	Pengaruh Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Dan Quality Of Work Life (Qwl) Terhadap Kinerja Karyawan
60	Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kepemimpinan Terhadap Disiplin Kerja
61	Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen kerja
62	Pengaruh Disiplin Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja
63	Pengaruh Disiplin Kerja Dan Kepuasan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja
64	Pengaruh Konflik Kerja Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai
65	Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Pegawai
66	Pengaruh komitmen organisasi dan komitmen profesional terhadap kinerja
67	Pengaruh kompensasi dan Lingkungan kerja Terhadap Kepuasan Kerja
68	Pengaruh kompetensi dan komitmen organisasional terhadap produktivitas kerja
69	Pengaruh stres kerja dan beban kerja terhadap kinerja pegawai

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen SDM
70	Pengaruh Kompensasi Dan Stres Kerja Terhadap Produktivitas Kerja
71	Pengaruh Kemampuan Kerja dan Sistem Kompensasi Terhadap Prestasi Kerja
72	Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Komitmen Organisasi
73	Pengaruh kompetensi dan dukungan organisasi terhadap prestasi kerja pegawai
74	Pengaruh gaya kepemimpinan dan kompensasi terhadap motivasi kerja
75	Pengaruh lingkungan kerja dan iklim organisasi terhadap kepuasan kerja
76	Pengaruh disiplin kerja dan sistem kerja terhadap kinerja pegawai
77	Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Guru
78	Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Guru
79	Pengaruh rotasi dan pengalaman terhadap kompetensi
80	Pengaruh pelatihan dan pendidikan terhadap kompetensi
81	Pengaruh motivasi dan kepuasan terhadap kinerja pegawai
82	Pengaruh Beban Kerja dan Stres Kerja Terhadap Turn Over/ Berhenti Kerja
83	Pengaruh Motivasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Disiplin Kerja
84	Pengaruh Disiplin Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai
85	Pengaruh etos kerja islam dan komitmen organisasi terhadap kinerja karyawan
86	Pengaruh gaya kepemimpinan dan semangat kerja terhadap Produktivitas Kerja
87	Pengaruh pengetahuan dan pengalaman terhadap profesionalisme
88	Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Sistem Kerja Terhadap Kinerja Karyawan
89	Pengaruh produktivitas kerja dan kompetensi terhadap promosi jabatan
90	Pengaruh Lingkungan Kerja dan Stres Kerja terhadap Turnover Intention
91	Pengaruh kinerja dan pengalaman terhadap jenjang karier
92	Pengaruh prestasi kerja dan produktivitas kerja terhadap promosi jabatan
93	Pengaruh Budaya organisasi Dan Kepuasan kerja Terhadap Disiplin Kerja
94	Pengaruh Lingkungan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja
95	Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja
96	Pengaruh gaya kepemimpinan dan kompetensi terhadap kinerja pegawai
97	Pengaruh employee engagement dan rotasi pekerjaan terhadap kinerja karyawan
98	Pengaruh Beban Kerja Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai
99	Pengaruh kompensasi dan komitmen organisasi terhadap disiplin kerja karyawan
100	Pengaruh kompensasi dan disiplin kerja terhadap kinerja guru
101	Pengaruh kompensasi dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan
102	Pengaruh kecerdasan emosional dan kompetensi terhadap kinerja karyawan
103	Pengaruh Pengalaman Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan
104	Pengaruh Motivasi, Pelatihan Dan Pengembangan Terhadap Jenjang Karier
105	Pengaruh spritual capital dan human capital Terhadap kinerja guru
106	Pengaruh kompetensi dan modal intelektual terhadap kinerja
107	Pengaruh kemampuan komunikasi dan kepribadian terhadap kerja sama tim
108	Pengaruh bonus dan insentif terhadap motivasi kerja
109	Pengaruh jenjang karier dan kompensasi terhadap loyalitas kerja
110	Pengaruh kompetensi dan pengalaman terhadap motivasi kerja
111	Pengaruh pengetahuan dan pengalaman terhadap kinerja pegawai
112	Pengaruh dukungan sosial dan dukungan pimpinan terhadap kinerja
113	Pengaruh sistem kerja shift dan kepemimpinan terhadap motivasi kerja
114	Pengaruh gaji dan tunjangan terhadap kepuasan kerja
115	Pengaruh penghargaan dan tunjangan kinerja terhadap motivasi kerja
116	Pengaruh komitmen kerja dan disiplin terhadap kinerja

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen SDM
117	Pengaruh rotasi dan promosi terhadap semangat kerja
118	Pengaruh kerja sama tim dan koordinasi terhadap kinerja
119	Pengaruh kebijakan organisasi dan pengawasan terhadap kedisiplinan
120	Pengaruh SOP dan pengawasan terhadap disiplin kerja
121	Pengaruh pengalaman dan disiplin kerja terhadap profesionalitas kerja
122	Pengaruh loyalitas dan komitmen terhadap prestasi kerja
123	Pengaruh penilaian kinerja dan umpan balik terhadap kinerja
124	Pengaruh kompensasi dan kepemimpinan terhadap motivasi kerja
125	Pengaruh karakteristik diri dan efikasi diri terhadap motivasi kerja
126	Pengaruh Pengawasan Dan Sanksi Terhadap Kedisiplinan
127	Pengaruh Loyalitas Dan Komitmen Terhadap Disiplin Kerja
128	Pengaruh Lingkungan Dan Dukungan Sosial Terhadap Motivasi Kerja
129	Pengaruh Produktivitas Dan Prestasi Kerja Terhadap Jenjang Karier
130	Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Terhadap Disiplin Kerja
131	Pengaruh Komitmen Organisasi Dan Kepuasan Terhadap Disiplin Kerja
132	Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Disiplin Kerja
133	Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Disiplin Kerja
134	Pengaruh Kepuasan Dan Kompensasi Terhadap Komitmen Organisasi

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Keuangan
1	Pengaruh Likuiditas Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan
2	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Stuktur Modal Terhadap Return Saham
3	Pengaruh Perputaran Kas Dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas
4	Pengaruh Perputaran Aset Dan Perputaran Modal Terhadap Profitabilitas
5	Pengaruh Debt to Equity Ratio dan Debt to Asset Ratio Terhadap ROA
6	Pengaruh Perputaran Aset dan Perputaran Modal terhadap profitabilitas
7	Pengaruh CAR dan LDR terhadap ROA
8	Pengaruh NPL dan NIM terhadap NPM
9	Pengaruh Aktiva Produktif dan CAR terhadap ROA
10	Pengaruh BOPO dan NIM terhadap ROA
11	Pengaruh OER dan NPF terhadap ROA
10	Pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan
13	Pengaruh Struktur Modal dan CSR Terhadap Profitabilitas
14	Pengaruh Rasio Perputaran Persediaan dan Rasio Aktivitas terhadap Profitabilitas
15	Pengaruh Investment Opportunity Set (Ios) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
16	Pengaruh NPM dan EPS terhadap Nilai perusahaan
18	Pengaruh Ukuran Reksadana Dan Umur Reksadana Terhadap Kinerja Reksadana Pendapatan Tetap
20	Pengaruh Pertumbuhan Aset Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal
21	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure
22	Pengaruh car dan BOPO terhadap Profitabilitas
23	Pengaruh FDR dan NPF terhadap Profitabilitas
24	Pengaruh Loan To Deposit Ratio (LDR) dan Capital Adequacy Ratio (CAR), Terhadap Return On Asset (ROA)
25	Pengaruh Non Performing Financing (NPF) Dan Kurs Terhadap Pembiayaan

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Keuangan
	Bagi Hasil Pada Perbankan Syariah
26	Pengaruh Net Interest Margin (NIM) dan Net Performing Laon (NPL) Terhadap Return On Asset (ROA)
27	Analisis pengaruh tingkat inflasi dan jumlah uang beredar terhadap pemberian kredit gadai syariah (rahn)
28	Pengaruh ROE dan ROA terhadap harga saham
29	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan
30	Pengaruh CAR dan BOPO terhadap Profitabilitas
31	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap Profitabilitas
32	Pengaruh Likuiditas Dan Sales Growth Terhadap Financial Distress
33	Pengaruh Likuiditas dan Asset Growth Terhadap Struktur Modal Perusahaan
34	Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Aset, Terhadap Nilai Perusahaan
35	Pengaruh EPS dan ROA terhadap PBV
36	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Harga Saham
37	Pengaruh Rasio Solvabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan
38	Pengaruh Perputaran Kas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas
39	Pengaruh OER dan FDR terhadap CAR
40	Pengaruh Likuiditas Dan Struktur Aktiva Terhadap Struktur Modal
41	Pengaruh Tingkat Kesehatan (Solvabilitas) Dan Tingkat Efisiensi Terhadap Kinerja Keuangan
42	Pengaruh BOPO dan Aktiva Produktif terhadap nilai perusahaan
43	Pengaruh EPS dan PBV terhadap retur saham
44	Pengaruh ROA dan EPS terhadap nilai perusahaan
45	Pengaruh terun saham dan ROA terhadap nilai perusahaan
46	Pengaruh struktur modal dan CSR terhadap nilai perusahaan
47	Pengaruh Quick Ratio dan DER terhadap ROA
48	Pengaruh perputaran utang dan perputaran aset terhadap profitabilitas
49	Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap PER
50	Analisis pengaruh likuiditas, struktur aktiva, dan leverage terhadap profitabilitas
51	Pembentukan EPS dan ROA terhadap retur saham
52	Pengaruh firm siza dan DER terhadap PBV
53	Pengaruh ROA dan NIM terhadap CAR
54	Pengaruh NPL, LDR, Dan BOPO Terhadap Capital Adequacy Ratio (CAR)
55	Analisis Pembentukan Dan Perbandingan Kinerja Portofolio Optimal Pada Saham Kompas 100, Lq 45
56	Pengaruh CIR dan Aktiva Produktif terhadap ROA
57	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Growth Opportunity Terhadap Kinerja Perusahaan
58	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Harga Saham
59	Pengaruh BOPO dan NIM terhadap PBV
60	Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Dengan Metode Markowitz, Single Index Model
61	Pengaruh Price Book Value (Pbv) Dan Total Asset Turn Over (Tato) Terhadap Harga Saham
62	Pengaruh Modal Intelektual Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan
63	Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Keuangan
64	Pengaruh ROA dan ROE Terhadap Harga Saham
65	Pengaruh EPS dan PBV Terhadap Return Saham
66	Analisis Komparatif Kinerja Reksadana Saham Konvensional Dan Reksadana Saham Syariah Menggunakan Metode Risk Adjusted Return
67	Reaksi Pasar Sebelum Dan Sesudah Kebijakan Pemecahan Saham
68	Analisis Pengaruh Growth Dan Total Asset Turnover Terhadap Return On Asset
69	Analisis Pengaruh Growth dan Leverage Terhadap Return On Asset
70	Pengaruh Firm Size dan Likuiditas Terhadap ROA
71	Pengaruh Pembiayaan dan NIM terhadap Profitabilitas
72	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016
73	Pengaruh Nilai Kurs Dan Indeks Dow Jones Terhadap IHSG
74	Pengaruh Earning Per Share dan Price To Book Valu Terhadap Harga Saham
75	Pengaruh Intellectual Capital Dan Leverage Terhadap Profitabilitas
76	Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang
77	Analisis Pembentukan Portofolio Optimal Dan Pengukuran Kinerja Saham Perusahaan
78	Pengaruh Kebijakan Hutang Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan
79	Pengaruh Harga Saham Dan PBV terhap Return Saham
80	Pengaruh Current Ratio Dan Total Asset Turnover Terhadap Profitabilitas
81	Pengaruh Debt To Asset Ratio dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan
82	Pengaruh Net Profit Margin Dan Total Asset Turnover Terhadap ROA
83	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan
84	Pengaruh Good Corporate Governance dan Investment Opportunity Set terhadap Firm Value
85	Pengaruh Pengungkapan corporate Social Responsibility(Csr), Dan Total Assetturnover (Tato) Terhadap Prediksi Financial Distress
86	Pengaruh Earning Per Share Dan Price Eraning Ratio Terhadap Return Saham
87	Analisis Perbandingan Tingkat Akurasi Model Prediksi Financial Distress
88	Pengaruh Good Corporate Governance Dan Leverage Terhadap Harga Saham
89	Pengaruh Good Corporate Governance Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan
90	Pengaruh Net Profit Margin Dan BOPO Terhadap Nilai Perusahaan
91	Analisis Kelayakan Finansial Usaha Keramba Jaring ApungGanda (KJA-G) di Danau Cirata Kabupaten Bandung Barat
92	Determinan Aliran Dana (Fund Flow) Pada Reksa Dana Syariah Saham
93	Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Risiko Likuiditas Bank Syariah Di Indonesia
94	Pengaruh Firm Size Dan Likuiditas Terhadap Kebijakan Dividen
95	Pengaruh Investment Opportunity Set dan Likuiditas terhadap Kebijakan Dividen
96	Pengaruh Tabungan Dan Deposito Terhadap Perkembangan Jumlah Kredit
97	Pengaruh Kredit Bermasalah dan BOPO terhadap ROA
98	Pengaruh Dana Pihak Ketiga dan CAR terhadap Pembiayaan/ Kredit
99	Pengaruh EPS Dan ROA Terhadap Struktur Modal
100	Pengaruh nilai tukar dan inflasi terhadap Dana Pihak Ketiga (DPK)
101	Pengaruh tingkat suku bunga SBI dan nilai tukar terhadap Dana Pihak Ketiga
102	Pengaruh tingkat suku bunga SBI dan Inflasi Terhadap Posisi Kredit Modal Kerja
103	Pengaruh BI Rate Dan Inflasi Beredar Terhadap Capital Adequacy Ratio

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Keuangan
104	Pengaruh dana pihak ketiga (DPK) dan non performing financing (NPF) terhadap pembiayaan yang disalurkan
105	Pengaruh Debt to equity ratio dan Net profit margin terhadap return on equity
106	Pengaruh pengeluaran pemerintah daerah atas infrastruktur dan pendidikan terhadap pertumbuhan ekonomi
107	Pengaruh dana pihak ketiga dan kredit yang diberikan terhadap ROA
108	Pengaruh BOPO Dan Kecukupan Modal Terhadap Simpanan Mudharabah
109	Pengaruh Non Performing Financing (NPF) Dan ROA Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah
110	Pengaruh kualitas aset dan efensiensi Usaha terhadap rasio kecukupan Modal
111	Pengaruh Biaya Operasional Pendapatan Operasional (Bopo), Net Interest Margin (Nim) Terhadap Profit Distribution Management (Pdm)
112	Pengaruh Non Performing Financing (NPF) dan Capital Adequacy Ratio (CAR) terhadap Pembiayaan Murabahah
113	Pengaruh Tingkat Debt Financing (Df) dan Equity Financing (Ef) terhadap Nilai Perusahaan
114	Pengaruh Equity Financing (Ef) dan Non Performing Financing (Npf) terhadap ROA
115	Pengaruh Capital Adequacy Ratio (CAR) dan Ukuran Perusahaan terhadap kinerja keuangan
116	Pengaruh Financing To Deposit Ratio (Fdr) dan Bi Rate terhadap Non Performing Financing (Npf)
117	Pengaruh Moral Hazard terhadap Pembiayaan Bank Syariah
118	Analisis volatilitas dan value at risk pada sukuk indonesia dengan menggunakan model arch/garch
119	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Earnings Response Coefficient (Erc) pada Perusahaan
120	Pengujian Validitas Capital Asset Pricing Model (Capm) dan Islamic Capital Asset Pricing Model (Icapm) Dalam Memprediksi Return Saham Syariah
121	Analisis karakteristik perusahaan dan ekonomi makro terhadap return saham
122	Analisis rasio camel dalam memprediksi kondisi kebangkrutan pada lembaga perbankan
123	Pengaruh Rasio Camel Terhadap Tingkat Kesehatan Bank Perkreditan Rakyat
124	Pengaruh Kredit dan DPK terhadap likuiditas bank
125	Pengaruh Cash Ratio Dan Capital Asset Ratio Terhadap Profitabilitas
126	Pengaruh Nilai Perusahaan Tumbuh Dan Tidak Tumbuh Melalui Pendekatan Investmen Opportunity Set(IOS)
127	Analisis pembentukan portofolio optimal pada saham LQ 45 dan JII di Bursa Efek Indonesia dengan metode Cut Off Point
128	Perbandingan kestabilan hubungan volatilitas nilai tukat dinar emas, dirham perak, dan dolar As dalam denominasi rupiah
129	Analisis inflansi BI rate Kurs Rupiah dan jumlah uang beredar terhadap Volume Perdagnagan Saham
130	Analisis Rasio CAMEL Dengan Metode Regresi Logistik Pada Bank Devisa Dan Bank Non Devisa
131	Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Industri Terhadap Beta Saham
132	Pengaruh harga komoditas dunia dan Kurs terhadap pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG)

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Keuangan
133	Pengaruh Surprise Earning Announcement Terhadap Return Saham Dan Dividend Payout
134	Pengaruh harga dan retur terhadap Bid Ask Spread perusahaan yang melakukan stock split
135	Analisis hubungan kausalitas pasar saham global terhadap pasar saham Indonesia
136	Pengaruh Kurs, PDB, dan inflasi terhadap kinerja reksadana pendapatan tetap
137	Pengaruh Makro Ekonomi Dan Indeks Dow Jones terhadap IHSG
138	Pengaruh Efisiensi Modal Kerja Dan Firm Size Terhadap Profitabilitas
139	Pengaruh Suku Bunga SBI dan nilai tukar rupiah (KURS) terhadap Kredit
140	Pengaruh Current Ratio Dan Ukuran Perusahaan Terhadap PBV
141	Pengaruh pendapatan murabahah, mudharabah dan musyarakah terhadap profitabilitas Bank
142	Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar Rupiah Terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)
143	Pengaruh Economic Value Added, dan EPA Terhadap Return Saham
144	Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Aset Terhadap Kebijakan Hutang
145	Pengaruh Intellectual Capital (Vaictm) Terhadap Profitabilitas
146	Pengaruh Investment Opportunity Set dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan
147	Pengaruh Struktur Aset dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap ROA

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Pemasaran
1	Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
3	Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
4	Pengaruh Persepsi dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian
5	Pengaruh Brand Name Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Smartphone
6	Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
7	Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap Keputusan Menabung
8	Pengaruh City Branding Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata
9	Pengaruh Ekuitas Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota
10	Pengaruh Sosial Media Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Ke Tempat Wisata
11	Pengaruh Kepercayaan dan Harga terhadap Minat Beli
12	Pengaruh Green Marketing dan Store Atmosphere terhadap Emotional Response
13	Pengaruh Brand Halal dan Harga terhadap Keputusan Pembelin
14	Pengaruh Fitur Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
15	Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
16	Pengaruh Orientasi Belanja dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
17	Pengaruh Ketidakpuasan dan Penilaian Buruk Terhadap Keputusan Menggunakan Produk lain
18	Pengaruh Persepsi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung
19	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Bank terhadap Keputusan Menabung
20	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Menggunakan Internet Banking
21	Pengaruh Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking
22	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Pemasaran
	Menggunakan Net Banking
23	Pengaruh Political Marketing Mix Terhadap Keputusan Memilih Kepala Daerah
24	Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian
25	Pengaruh Suasana Toko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
26	Pengaruh Kemudahan Transaksi dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian
27	Analisis Strategi E-Marketing pada E-Commerce
28	Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah
29	Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah
30	Pengaruh Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian
31	Pengaruh Brand Image Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian
32	Pengaruh Gaya Hidup dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian
33	Pengaruh Country Image Dan Beauty Vlogger Review Terhadap Purchase Intention Konsumen Kosmetik Korea
34	Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian
35	Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian
36	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian
37	Pengaruh Word of Mouth dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian
38	Pengaruh Persepsi Nilai dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian
39	Pengaruh Iklan Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian
40	Pengaruh Pengalaman Berbelanja dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian
41	Pengaruh Persepsi Nilai Agama Dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Kredit Syariah
42	Pengaruh Gaya Hidup dan Atribut Produk, Terhadap Keputusan Pembelian
43	Pengaruh Word of mouth dan citra merek terhadap Kepercayaan Merek
44	Pengaruh Store Atmosphere Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian
45	Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif
46	Pengaruh Islamic Branding Dan Perilaku Religius Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Kosmetik Wardah
47	Pengaruh Islamic Marketing Mix dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
48	Pengaruh kepercayaan dan motivasi terhadap keputusan menempatkan dana zakat untuk dikelola masjid
49	Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen dan Mencari Variasi terhadap Perpindahan Merek/ Produk
50	Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Konsumen
51	Pengaruh Kemasan dan Iklan Terhadap Minat Beli
52	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli
53	Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli
54	Pengaruh Kelengkapan Produk dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli
55	Pengaruh Citra Perusahaan dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli
56	Pengaruh Green Packaging dan Green Product terhadap Minat Beli
57	Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Nilai terhadap Minat Beli
58	Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli
59	Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli
60	Pengaruh Kredibilitas Endorser dan Citra Merek terhadap Minat Beli

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Pemasaran
61	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas
62	Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi Terhadap Loyalitas
63	Pengaruh Lokasi dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas
64	Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas
65	Pengaruh Pengetahuan Produk dan Pengalaman Berbelanja Terhadap Loyalitas
66	Pengaruh Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas
67	Pengaruh Kepuasan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas
68	Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas
69	Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas
70	Pengaruh Gaya Hidup dan Perilaku Hedonis Terhadap Loyalitas
71	Pengaruh Word of Mouth dan Kredibilitas Merek Terhadap Loyalitas
72	Pengaruh Kepuasan dan Komitmen konsumen Terhadap Loyalitas
73	Pengaruh Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas
74	Pengaruh Strategi Emotional Branding Dan Religious Behavior terhadap Kepuasan
75	Pengaruh TERRA (Tangibles, Emphaty, Responsiveness, Reliability, Assurance) terhadap Loyalitas
76	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan
77	Pengaruh Kredibilitas merek dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan
78	Pengaruh Promosi Penjualan Dan Respon Emosi Terhadap Kepuasan
79	Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan
80	Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan
81	Pengaruh Diskon dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan
82	Pengaruh Pemanfaatan Endoser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian
83	Pengaruh ekuitas merek dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan
84	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Image Perusahaan
85	Pengaruh Pemasaran Relasional Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah
86	Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah
87	Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan
88	Pengaruh Minat Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok A-mild
89	Pengaruh konsep perumahan dan lokasi terhadap keputusan pembelian Rumah
90	Pengaruh penetapan harga dan merek terhadap keputusan pembelian
91	Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Association Terhadap Loyalitas
92	Pengaruh Perceived Quality, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Honda
93	Pengaruh Harapan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
94	Pengaruh Internal Dan External Stimuli Terhadap Impulse Buying Pada Ritel
95	Pengaruh experiential marketing dan brand Trust terhadap loyalitas nasabah
97	Pengaruh iklan dan harga terhadap repurchase intention pada pengguna online travel agent traveloka
98	Pengaruh Iklan dan Electronic Word Of Mouth (Ewom) Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo
99	Pengaruh Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo
100	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Konsumen
101	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Potongan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan
103	Pengaruh word of mouth dan Kualitas Pelayanan terhadap minat menjadi nasabah

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Pemasaran
104	Pengaruh syariah marketing mix dan religiusitas terhadap keputusan membuka rekening di Bank Syariah
105	Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian
106	Pengaruh Fasilitas, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen
107	Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah
108	Pengaruh Kualitas Produk Dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan
109	Pengaruh Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian
110	Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian
111	Pengaruh Harga, Promosi Dan Customer Service Terhadap Citra Minimarket
112	Pengaruh promosi dan publisitas media massa terhadap keputusan konsumen untuk menonton film
113	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
114	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen
115	Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung
116	Pengaruh Citra Merek Dan Variety Seeking Terhadap Keputusan perpindahan Merek/Produk
117	Pengaruh atribut produk dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian
118	Pengaruh Switchig Cost dan Trust In Brand Terhadap Kepuasan Pelanggan
119	Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
120	Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Impulsive Buying
121	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Customer Value Terhadap Kepuasan Nasabah
122	Pengaruh Celebrity Endorser Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli
123	Pengaruh Store Atmosphere dan Promosi Penjualan Terhadap Impulse Buying
124	Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Membuka Tabungan Syariah
125	Pengaruh Merek Dan Iklan Di Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Mei Instan
126	Pengaruh budaya sosial dan psikologi terhadap keputusan memilih bank Syariah
127	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalias
128	Pengaruh kepuasan konsumen dan kekuatan hubungan terhadap komunikasi word of mouth (wom)
129	Pengaruh Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian
130	Pengaruh kepuasan konsumen dan tie strength terhadap terciptanya word of mouth
131	Pengaruh kunjungan berulang dan daya tarik terhadap respon E-Marketing communication dalam jejaring sosial
132	Pengaruh kepuasan konsumen dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek
133	Pengaruh Iklan, penjualan pribadi, dan promosi penjualan terhadap brand awareness
134	Pengaruh brand equity, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen
135	Pengaruh Service Quality Dan Experiential Marketing Terhadap Customer Satisfaction
136	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, Dan barga terhadap kepuasan konsumen melia propolis
137	The Influence Of Consumers Perceived Value, Socioeconomic Status, Brand Image On Consumers Purchase Decision Of Pertamina Fastron Full Synthetic Lubricants

No	Contoh Judul Skripsi Manajemen Pemasaran
	Oil
138	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah
139	Pengaruh Kualitas Jasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di Bni Syariah
140	Pengaruh Pengetahuan Literasi, Iklan Tv Dan Kualitas Jasa Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bni Syariah Cabang Uin Syarif Hidayatullah
141	Analisis Peningkatan Kinerja Melalui Motivasi Kerja Dan Kompetensi Karyawan (Studi Kasus Pada Asuransi Jiwa Bersama (Ajb) Bumiputra 1912 Wilayah Jakarta Iv)
142	Pengaruh desain kemasan produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian: studi kasus pada konsumen produk sabun Lux di wilayah Parung Bogor
143	The Influence Of Sales Promotion, Brand Image, And Service Quality Toward Customer Satisfaction
144	Pengaruh islamic service quality dan islamic Branding terhadap kepuasan nasabah
145	Pengaruh Harga Dan Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merek Pasta Gigi Close Up Ke Pasta Gigi Merek Lain
146	Pengaruh city branding dan word of mouth terhadap minat berkunjung serta dampaknya terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke kota Bandung
147	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor All New Honda CB150R Street Fire
148	Pengaruh promotional mix syariah terhadap proses keputusan nasabah dalam memilih tabungan
149	Pengaruh kepercayaan, citra merek, harga dan kualitas website terhadap minat beli Bukalapak.com
150	The Influence Of E-Service Quality, Brand Image And Price Towards Customer Satisfaction And The Impact On Customer Loyalty
151	Pengaruh Word Of Mouth (WOM) terhadap keputusan pemilihan UIN Syahid Jakarta
152	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat untuk menggunakan kartu plastik (kartu debit dan kartu kredit)
153	Analisi persepsi dan sensitivitas respon konsumen terhadap perluasan merek pembersih wajah pond's write beuty ke pelembab wajah pond's plawpless white
154	pengaruh Ekuitas Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oli Prima XP
156	Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Dalam Mengajukan Akad Mudharabah Pada Bank Syariah Mandiri
157	Pengaruh Bagi Hasil, Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Deposito Ib Muamalat
158	Pengaruh Kualitas Produk dan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek Obat Masuk Angin
159	Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan televisi Terhadap proses keputusan pembelian sepeda motor Honda scoopy
160	Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Anggota
161	Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Personality Terhadap Brand Equity
162	Pengaruh Teknologi Informasi Dan Akuntabilitas Pelayanan Terhadap Loyalitas
163	Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian
164	Pengaruh Kualitas Produk dan Ekuitas Merek terhadap Kepuasan Pelanggan

5. Variabel Penelitian

Istilah variabel sangat populer di kalangan peneliti, tidak terkecuali mahasiswa yang sedang menyusun skripsi. Pasalnya, judul skripsi yang di angkat wajib memuat variabel. Oleh karenanya, mahasiswa tingkat akhir wajib memahami variabel penelitian. Pertanyaannya, apa itu variabel? Secara sederhana variabel berarti **subyek** atau **objek** yang **memiliki nilai/ukuran**.

Contoh

- a. **Manusia** adalah **subyek**, apa ukurannya? **Usia**. Maka **usia manusia** adalah variabel. Apa dasarnya dikatakan variabel? Usia manusia dapat diukur dengan **tahun**.
- b. **Badan** adalah **objek**, apa ukurannya? **Tinggi** dan **berat**. Maka **tinggi badan** atau **berat badan** adalah variabel. Apa dasarnya dikatakan variabel? Tinggi badan dapat diukur dengan **meter**. Sedangkan berat badan dapat diukur dengan **kilo**.
- c. **Pegawai** adalah **subyek**, apa ukurannya? **Kinerja** atau **produktivitas**. Maka **kinerja pegawai** atau **produktivitas pegawai** adalah variabel. Apa dasarnya dikatakan variabel? Kinerja pegawai dan produktivitas pegawai dapat dinilai dengan **hasil kerja**.
- d. **Konsumen** adalah **objek**, apa ukurannya? **Kepuasan** atau **loyalitas**. Maka **kepuasan/loyalitas konsumen** adalah variabel. Apa dasarnya dikatakan variabel? Kepuasan dan loyalitas konsumen dapat dilihat dari **intensitas pembelian**.
- e. **Perusahaan** adalah **objek**, apa ukurannya? **Kinerja keuangan**. Maka **kinerja keuangan perusahaan** adalah variabel. Apa dasarnya dikatakan variabel? Kinerja keuangan perusahaan dapat dinilai dari **laba**.

Contoh Variabel dalam Judul Skripsi

Konsentrasi	Judul
Manajemen SDM	<p style="text-align: center;">Judul 1</p> <p>Pengaruh lingkungan kerja dan kerja sama tim terhadap motivasi kerja pada karyawan PT. Alfamart Tbk</p> <p>Variabel : Lingkungan kerja, Kerja sama tim Motivasi kerja Tempat Penelitian : PT. Alfamart Tbk</p>
	<p style="text-align: center;">Judul 2</p> <p>Pengaruh sistem kerja tetap dan fasilitas kerja terhadap loyalitas pegawai PT Indomaret Tbk</p> <p>Variabel : Sistem kerja tetap, Fasilitas kerja, Loyalitas pegawai</p>

	<p>Tempat Penelitian : PT Indomaret Tbk</p> <p style="text-align: center;">Judul 3</p> <p>Pengaruh prestasi kerja dan masa kerja terhadap jenjang karier dan dampaknya terhadap loyalitas kerja pada pegawai PT Astra Internasional Tbk</p> <p>Variabel : Prestasi kerja, Masa kerja, Jenjang karier, Loyalitas pegawai</p> <p>Tempat Penelitian : PT Astra Internasional Tbk</p>
<p>Manajemen Keuangan</p>	<p style="text-align: center;">Judul 1</p> <p>Pengaruh perputaran kas dan piutang terhadap profitabilitas PT. Antam Tbk tahun 2009 - 2020</p> <p>Variabel : Perputaran kas, Piutang, Profitabilitas</p> <p>Tempat Penelitian : PT. Antam Tbk</p> <p style="text-align: center;">Judul 2</p> <p>Pengaruh CAR, LDR, Bopo, dan NIM terhadap ROA Bank Mandiri Tbk Periode 2010 – 2020</p> <p>Variabel : CAR, LDR, Bopo, NIM, ROA</p> <p>Tempat Penelitian : Bank Mandiri Tbk</p> <p style="text-align: center;">Judul 3</p> <p>Pengaruh struktur modal dan manajemen risiko terhadap kinerja perusahaan dan dampaknya terhadap harga saham PT. Pertamina Tbk</p> <p>Variabel : Struktur modal, Manajemen risiko, kinerja perusahaan, Harga saham</p> <p>Tempat Penelitian : PT. Pertamina Tbk</p>
<p>Manajemen Pemasaran</p>	<p style="text-align: center;">Judul 1</p> <p>Pengaruh diskon dan pelayanan terhadap keputusan menggunakan maskapai Garuda Indonesia di Bandara Internasional Soeta Banten</p> <p>Variabel : Diskon, Pelayanan, Keputusan menggunakan maskapai</p> <p>Tempat Penelitian : Bandara Internasional Soeta Banten</p> <p style="text-align: center;">Judul 2</p> <p>Pengaruh harga murah dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Kafe Upnormal Pamulang</p> <p>Variabel : Harga murah, Kualitas pelayanan, Loyalitas pelanggan</p> <p>Tempat Penelitian : Kafe Upnormal Pamulang</p> <p style="text-align: center;">Judul 3</p> <p>Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian HP Samsung dan implikasinya terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada mahasiswa Unpam pengguna HP Samsung)</p> <p>Variabel : Citra merek, Kualitas produk, Keputusan pembelian Kepuasan konsumen</p> <p>Tempat Penelitian : Unpam</p>

Teori-teori Variabel Penelitian

Nama & Tahun	Teori
Cooper & Schindler (2006:46)	"Variabel adalah simbol dari suatu kejadian, tindakan, karakteristik, sifat khusus, atau atribut yang dapat diukur dan dikategorikan"
Brown (1998:7)	"Something that may vary or differ" "Sesuatu yang berbeda atau bervariasi"
Davis (1998: 23)	"Is simply symbol or a concept that can assume any one of a set of values" "Yaitu simbol atau konsep yang diasumsikan sebagai seperangkat nilai"
Cramer dan Howitt (2006)	"a characteristics that consists of two or more categories or values" "Suatu karakteristik yang memiliki dua atau lebih kategori atau nilai"
Sarwono (2017:2)	"Variabel ialah sesuatu, baik itu abstrak atau konkret, yang setidaknya mempunyai dua atau lebih kategori atau nilai" "Kategori mengacu suatu variabel setidaknya mengandung dua hal yang berbeda, misalnya jenis kelamin yang terdiri dan pria atau wanita; sikap yang terdiri atas setuju, netral, atau tidak setuju; umur yang mempunyai nilai dari 0 sampai dengan 80 misalnya; atau uang yang mempunyai nilai sampai 100.000. Untuk membedakan variabel dengan yang bukan variabel dapat dilihat dari nilainya. Jika sesuatu bersifat konstan maka hal tersebut bukan variabel karena konstan mempunyai nilai tunggal"
Bungin (2017:103)	"Variabel penelitian adalah gejala variabel yang bervariasi yaitu faktor-faktor yang dapat herubah-ubah ataupun Japat diuhah untuk tujuan pencilitian"
Waluya (2007:77)	"Variabel didefinisikan sebagai gejala yang bervariasi, misalnya jenis kelamin, karena jenis kelamin mempunyai variasi: laki-laki - perempuan, berat badan, karena berat badan ada berat 40kg, 55kg, dan sebagainya. Adapun gejala adalah objek penelitian sehingga variabel adalah obek penelitian yang bervariasi"
Siyoto & Sodik (2015:50)	"Variabel merupakan atribut sekaligus objek yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Komponen dimaksud penting dalam menarik kesimpulan atau inferensi suatu penelitian"
Hermawan (2019:52)	"Variabel Penelitian merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan penelitian, sering juga disebut sebagai faktor yang berperan dalam penelitian atau gejala yang akan diteliti"
Sugiyono (2010:60)	"Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

Nama & Tahun	Teori
	dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”
Arikunto (2003:99)	“Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian”

Jenis-jenis Variabel Penelitian

Jenis Variabel	Penjelasan	Contoh
Independen (Bebas)	<p>“Merupakan variabel yang dimanipulasi periset, dan manipulasi tersebut menyebabkan efek pada variabel terikat” (Cooper & Schindler, 2006:46)</p> <p>“Adalah variabel penyebab atau yang mempengaruhi di mana variabel dalam kelompok sampel di bedakan” (Brink & Wood, 2000:86)</p> <p>“Variabel yang tidak bergantung pada sembarang nilai atau variabel lain” (Marsigit, dkk., 2008:77)</p>	<p>Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian</p> <p>Pengaruh kompensasi dan penghargaan terhadap motivasi kerja</p> <p>Pengaruh kas dan piutang terhadap kinerja bank</p>
Dependen (Terikat)	<p>“Variabel ini diukur, diprediksi, atau dipantau dan diharapkan dipengaruhi oleh manipulasi variabel bebas” (Cooper & Schindler, 2006:46)</p> <p>“Adalah variabel yang tergantung atau dipengaruhi oleh variabel bebas” (Brink & Wood, 2000:85)</p> <p>“Variabel yang nilainya bergantung pada nilai atau variabel lain” (Marsigit, dkk., 2008:77)</p>	<p>Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian</p> <p>Pengaruh kompensasi dan penghargaan terhadap motivasi kerja</p> <p>Pengaruh kas dan piutang terhadap kinerja bank</p>
Moderat (Moderating)	<p>“Adalah variabel bebas kedua yang dimasukan karena diyakini mempunyai kontribusi signifikan pada hubungan antara variabel bebas dan terikat” (Cooper & Schindler, 2006:47)</p> <p>“Adalah variabel bebas kedua</p>	<p>Pengaruh Promosi di media instagram Terhadap Keputusan Pembelian konsumen</p> <p>Pengaruh pelatihan kerja</p>

Jenis Variabel	Penjelasan	Contoh
	<p>yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk menentukan apakah kehadirannya berpengaruh terhadap hubungan antara variabel bebas pertama dan variabel tergantung” (Sarwono, 2017:4)</p> <p>“Adalah variabel independen kedua yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk menentukan apakah kehadirannya berpengaruh terhadap hubungan antara variabel independen pertama dan variabel dependen” (Soegoto, 2013: 56)</p>	<p>dengan metode praktek terhadap peningkatan kompetensi</p> <p>Pengaruh kredit terhadap laba perusahaan dengan bunga sebagai moderator</p>
Kontrol (Eksternal)	<p>“Variabel yang dimasukkan untuk membantu menafsirkan hubungan variabel bebas dan terikat” (Cooper & Schindler, 2006:48)</p> <p>“Adalah variabel yang tidak mendapat perhatian langsung dari peneliti tetapi dapat mempengaruhi pengukuran variabel” (Brink & Wood, 2000:85)</p> <p>“Variabel yang variabilitasnya dikontrol oleh peneliti untuk menetralisasi pengaruhnya. Jika tidak dikontrol, variabel tersebut akan mempengaruhi gejala yang sedang dikaji” (Sarwono, 2017:4)</p>	<p>Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan pembelian di tanggal muda</p> <p>Pengaruh kompensasi terhadap produktivitas kerja pada pegawai usia muda</p> <p>Pengaruh kredit terhadap pendapatan bank pada program KPR</p>
Intervensi (Intervening)	<p>“Sebagai faktor yang secara teoritis mempengaruhi fenomena yang diamati, tetapi tidak dapat dilihat, diukur atau dimanipulasi” (Cooper & Schindler, 2006:48)</p> <p>“Adalah variabel yang dianggap mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan terikat” (Brink & Wood, 2000:85)</p> <p>“Bersifat hipotekral, artinya</p>	<p>Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli dan implikasinya terhadap Keputusan Pembelian</p> <p>Pengaruh kompensasi terhadap motivasi kerja dan implikasinya terhadap kinerja</p> <p>Pengaruh kredit terhadap</p>

Jenis Variabel	Penjelasan	Contoh
	secara konkrit pengaruhnya tidak kelihatan, tetapi secara teoritis dapat mempengaruhi hubungan antara variabel bebas dan tergantung yang sedang diteliti” (Sarwono, 2017:5)	peningkatan laba bank melalui pengendalian risiko

6. Latar Belakang Penelitian

Apa itu latar belakang penelitian?

Latar belakang menjelaskan variabel utama penelitian (fenomena) melalui pendekatan research gap dan atau empirical gap, yang penjelasannya menekankan pada kemenarikan atau pentingnya suatu fenomena baik dengan menampilkan data kuantitatif (angka) dan atau data kualitatif (pernyataan/teori/jurnal)

Bagaimana cara membuat latar belakang penelitian?

Cara membuat latar belakang penelitian adalah dengan menetapkan 3 (tiga) bagian pembahasan. Apa maksudnya? Artinya, anda hanya akan fokus membahas latar belakang penelitian pada 3 (tiga) bagian tersebut, tidak membahas hal lain. Berikut penjelasan dan contohnya.

Cara membuat Latar Belakang Penelitian

Bagian	Penjelasan
Bagian Pertama	<p>Apa Saja Yang Dibahas Pada Bagian Pertama Ini? Yang Dibahas Adalah Bagian Umum, Apa Saja Pembahasan Umum Itu?</p> <p>1. Pembahasan Makro Seperti Globalisasi, Krisis, Pandemi Covid 19, Persaingan Global, Modernisasi, Digitalisasi, Kemajuan Zaman, Dan sebagainya.</p> <p>2. Grand Theory Manajemen SDM – Kalau Konsentrasi SDM Manajemen Keuangan – Kalau Konsentrasi Keuangan Manajemen Pemasaran – Kalau Konsentrasi Pemasaran</p> <p>Pada Akhir Paragraf Pembahasan Makro Dan Grand Theory Wajib Disertakan Teori Atau Jurnal</p> <p>Catatan: Kita Bisa Menetapkan Jumlah Paragraf Dalam Setiap Pembahasan. Misalnya 1 Paragraf Untuk Pembahasan Makro 1 Paragraf Untuk Grand Theory Jadi Total 2 Paragraf Pada Bagian Pertama</p>

<p>Pembahasan makro > Krisis</p> <p>Pembahasan grand Theory > Keuangan</p>	<p>CONTOH MANAJEMEN KEUANGAN</p> <p style="text-align: center;">BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.1 Latar Belakang Penelitian</p> <p>Sejak Indonesia mengalami krisis pada tahun 1998 hingga saat ini, keadaan ekonomi nasional mengalami ketidakstabilan, terlebih pada saat krisis global terjadi pada tahun 2008 yang menyebabkan ekonomi uni Eropa koleps. Hal ini dapat dilihat pada nilai tukar rupiah yang terus melemah, sensitivitas pasar global menekan harga saham gabungan Indonesia (IHSG), meningkatnya utang luar negeri dan melemahnya investasi nasional. Terlebih adanya persaingan global, menambah keterpurukan kondisi makro dan mikro ekonomi Indonesia. Tidak heran jika banyak perusahaan saat ini mengalami gulung tikar.</p> <p>Kondisi di atas, secara eksplisit menjadi tantangan yang tidak dapat dihindari oleh setiap pelaku usaha. Sebagai wujud untuk mengatasi masalah tersebut salah satunya dari aspek keuangan harus meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Mengingat kinerja keuangan adalah salah satu unsur penting sebagai pengendali berbagai risiko dan menekan kerugian seminimal mungkin, sehingga dapat meningkatkan rentabilitas perusahaan. Dengan demikian, baiknya rentabilitas perusahaan maka perusahaan akan mudah mencari pendanaan dalam rangka meningkatkan daya saing bisnis, misalnya dengan privatisasi (<i>go public</i>). Menurut Rudianto (2013:189) “kinerja keuangan adalah hasil atau prestasi yang telah dicapai oleh manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsinya mengelola aset perusahaan secara efektif selama periode tertentu”.</p> <p>Paragraf 1 : Pembahasan makro adalah krisis Paragraf 2 : Pembahasan grand Theory adalah keuangan dan menyantumkan teori keuangan.</p>
<p>Pembahasan makro > Globalisasi</p> <p>Pembahasan grand Theory > SDM</p>	<p>CONTOH MANAJEMEN SDM</p> <p style="text-align: center;">BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.1 Latar Belakang Penelitian</p> <p>Era globalisasi banyak membawa perubahan dan kemajuan, hal ini terasa nyata di berbagai sektor kehidupan (ekonomi, sosial, bisnis, politik, hukum dan pendidikan). Kemajuan abad ini tidak hanya secara signifikan terlihat pada sektor teknologi dan informasi, namun perubahan juga terlihat jelas pada sektor industri atau jasa. Oleh karenanya, dalam rangka menghadapi tantangan globalisasi perlu ada upaya pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM) berkualitas, SDM yang siap bersaing dengan kompetensi global, teruji secara keilmuan, matang dalam keahlian dan berkarakter (berakhlak).</p> <p>Sumber daya manusia sangat berperan aktif dan memiliki banyak kepentingan di dalam setiap kegiatan organisasi. Sumber daya manusia adalah yang merencanakan program dan menentukan terwujudnya suatu kegiatan yang dilakukan organisasi atau perusahaan. Mengingat pentingnya peran sumber daya manusia tersebut, organisasi atau perusahaan sangat menyadari pentingnya kualitas sumber daya manusia untuk mewujudkan visi dan misi organisasi atau perusahaan dapat terwujud dengan adanya kinerja karyawan yang berkualitas. Sehingga tujuan organisasi atau perusahaan dapat terwujud. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Hasibuan (2014:5) “SDM adalah satu-satunya faktor di dalam organisasi atau perusahaan yang dapat membawa kemajuan dan keberhasilan”.</p> <p>Paragraf 1 : Pembahasan makro adalah globalisasi Paragraf 2 : Pembahasan grand Theory adalah SDM dan Menyantumkan teori SDM/ MSDM</p>

<p>Pembahasan makro > Perkembangan Zaman</p> <p>Pembahasan grand Theory > Pemasaran</p>	<p>CONTOH MANAJEMEN PEMASARAN</p> <p>BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.1 Latar Belakang Penelitian Pesatnya perkembangan zaman menuntut para pelaku usaha untuk mampu bersaing secara kualitas dan kuantitas, bahkan para pelaku usaha ditantang untuk dapat menjawab atas diberlakukannya pasar global. Salah satu tantangan terbesar di era pasar global ini adalah hilangnya batas-batas negara, yang berarti mempermudah pelaku usaha dari berbagai belahan dunia mengembangkan sayap bisnisnya untuk masuk ke berbagai negara. Kondisi di atas menjadi peringatan bagi para pelaku usaha domestik, agar mempersiapkan diri dengan terus meningkatkan berbagai kekurangan dan kelemahan, perlu membenahi sistem manajemen berbasis teknologi, perlu mengembangkan sumber daya manusia yang unggul, perlu membangun jaringan pemasaran yang luas, perlu menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah dan pusat dan lain sebagainya, karena sesungguhnya globalisasi adalah gerbang kemajuan dan kesuksesan usaha. Dengan kata lain, era globalisasi melahirkan peluang pasar sekaligus melahirkan tingkat persaingan tinggi maka perusahaan khususnya dalam bidang pemasaran dituntut secara kreatif dan inovatif mampu mengembangkan sumber daya pemasarannya dengan baik yakni membuahkan hasil yang efektif dan berorientasi pada keunggulan bersaing yang sehat. Menurut Kotler dan Keller (2012 : 29) “pemasaran mengidentifikasi potensi peluang jangka panjangnya sesuai dengan pengalaman pasar dan kompetensi”.</p> <p>Paragraf 1 : Pembahasan makro adalah perkembangan zaman Paragraf 2 : Pembahasan grand Theory adalah bisnis/pemasaran dan Menyantumkan teori pemasaran/manajemen pemasaran</p>
<p>Bagian Kedua</p> <p>Penjelasan Variabel Y ></p>	<p>Apa Saja Yang Dibahas Pada Bagian Kedua Ini?</p> <p>1. Pada bagian kedua ini kita fokus membahas variabel penelitian dengan menggunakan teori/jurnal. Biasanya, pembahasan di mulai dari variabel Y, kemudian X1, dan terakhir X2...atau seterusnya.</p> <p>2. Pada Akhir Paragraf Pembahasan variabel Wajib Sertakan Teori Atau Jurnal</p> <p>Catatan: Kita Bisa Menetapkan Jumlah Paragraf Dalam Setiap Pembahasan. Misalnya 1 Paragraf Untuk Pembahasan Makro 1 Paragraf Untuk Grand Theory 1 paragraf variabel Y 1 paragraf variabel X1 1 paragraf variabel X2 Jadi, Total 5 Paragraf (bag. Pertama + bag. kedua)</p> <p>CONTOH MANAJEMEN KEUANGAN</p> <p>Pengaruh CAR dan NPL terhadap Profitabilitas bank ABC [Variabel X1 – CAR; Var. X2 NPL; Var. Y – Profitabilitas]</p> <p>BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.1 Latar Belakang Penelitian Paragraf 1 pembahasan makro..... Paragraf 2 pembahasan grand theory..... Penjelasan di atas mengisyaratkan setiap perusahaan khususnya lembaga keuangan seperti bank untuk dapat meningkatkan kinerjanya, yakni dengan meningkatkan perolehan laba (profitabilitas). Menurut Sartono</p>

<p>Penjelasan Variabel X1 ></p>	<p>(2010:122), “Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Baik buruknya industri perbankan ditentukan oleh baik tidaknya kebijakan yang efisien dan struktur dalam rangka optimalisasi profitabilitas”.</p> <p>Mengingat pentingnya laba atau keuntungan bagi perusahaan, maka hal mendasar yang diperlukan oleh bank adalah memiliki modal yang cukup untuk menjalankan bisnisnya, terlebih dalam indsutri perbankan pembiayaan atau penyaluran kredit adalah bisnis utama, yang sudah pasti membutuhkan modal yang sangat besar. Menurut Dendawijaya (2009:121) “Rasio kecukupan modal (CAR) merupakan rasio yang memperlihatkan seberapa jauh seluruh aktiva bank yang mengandung risiko (kredit penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) untuk dibiayai dari dana modal bank sendiri”</p>
<p>Penjelasan Variabel X2 ></p>	<p>Selain faktor modal, hal lain yang juga perlu menjadi perhatian bank adalah mampu mengendalikan penyaluran kredit. Hal ini menjadi sangat penting, pasalnya pendapatan bank bersumber dari bunga kredit, maka memastikan kredit lancar adalah prinsip dalam bisnis perbankan. Menurut Kasmir (2010:228) mengatakan <i>Credit risk ratio</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur resiko terhadap kredit yang disalurkan dengan membandingkan kredit macet dengan jumlah kredit yang disalurkan</p>
	<p>CONTOH MANAJEMEN SDM</p> <p>Pengaruh kompensasi dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan [Var. X1 – Kompensasi; Var. X2 – Kedisiplinan; Var. Y – Kinerja Kar]</p>
	<p style="text-align: center;">BAB I PENDAHULUAN</p>
<p>Penjelasan Variabel Y ></p>	<p>1.1 Latar Belakang Penelitian</p> <p>Paragraf 1 pembahasan makro..... Paragraf 2 pembahasan grand theory.....</p> <p>Salah satu upaya perusahaan dalam mengatasi masalah globalisasi di atas adalah dengan mengupayakan kinerja pegawai meningkat. Pasalnya kinerja adalah indikator utama di dalam keberhasilan perusahaan, di mana kinerja yang baik mampu mendorong peningkatan produktivitas, menciptakan efisiensi dan tercapainya target-target. Menurut Mathis dan Jackson (2011:81) “bahwa kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan atau tidak dilakukan karyawan”.</p>
<p>Penjelasan Variabel X1 ></p>	<p>Secara sadar perusahaan mengetahui bahwa kinerja tidak lahir dengan sendirinya. Para pegawai perlu diberikan stimulus misalnya kompensasi yang layak. Faktanya, kompensasi adalah senjata paling ampuh dalam menggerakkan pegawai, kenapa demikian? Karena kompensasi adalah tujuan utama pegawai mau bekerja. Handoko (2014:244), “kompensasi adalah pemberian kepada karyawan dengan pembayaran finansial sebagai balas jasa untuk pekerjaan yang dilaksanakan dan sebagai motivator untuk pelaksanaan kegiatan di waktu yang akan datang”.</p>
<p>Penjelasan Variabel X2 ></p>	<p>Variabel lain yang perlu diperhatikan adalah kedisiplinan pegawai. Artinya untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan perlu memberikan aturan dan prosedur kerja, agar pegawai dapat benar melaksanakan tugas. Selain itu, perusahaan perlu memberikan petunjuk yang mengatur secara rinci hal-hal teknis dalam bekerja, sehingga dapat meminimalisir tindakan-tindakan yang tidak diinginkan. Menurut Hasibuan (2013:193), “kedisiplinan adalah kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku”.</p>

<p>Penjelasan Variabel Y ></p> <p>Penjelasan Variabel X1 ></p> <p>Penjelasan Variabel X2 ></p>	<p>CONTOH MANAJEMEN PEMASARAN</p> <p>Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan [Var. X1 – Pelayanan; Var. X2 – Harga; Var. Y – Kepuasan Pelanggan]</p> <p style="text-align: center;">BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.1 Latar Belakang Penelitian</p> <p>Paragraf 1 pembahasan makro..... Paragraf 2 pembahasan grand theory..... Esensi dari manajemen pemasaran adalah bagaimana mendapatkan pasar, maka seyogianya perusahaan mulai memfokuskan bagaimana memikat hati konsumen, salah satunya dengan memberikan kepuasan. Faktanya, kepuasan dapat merubah persepsi dan perilaku konsumen yang cenderung loyal, maka tidak heran jika kita melihat banyak konsumen di Dufan meskipun tiket masuknya mahal, atau banyak pengunjung di Hotel The Sultan di Gatot Subroto meskipun harga penginapannya sangat tinggi. Menurut Kotler (2012:251-252), “kepuasan pelanggan adalah suatu sikap emosional pelanggan yang lahir dari hasil perasaan senang (puas) atas faktor-faktor pemasaran yang tervisualisasikan dalam sikap setia kepada perusahaan atau produk/jasa”.</p> <p>Penjelasan di atas menyadarkan perusahaan untuk menjadikan konsumen sebagai target utama, salah satunya dengan memberikan pelayanan prima. Pelayanan adalah faktor psikologis yang dapat mempengaruhi emosi konsumen, yang secara langsung dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan loyal. Menurut Swastha dan Irawan (2013:241), “kualitas pelayanan merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap proses penentuan seseorang akan berbelanja”.</p> <p>Selain itu, memberikan harga yang terjangkau menjadi penguat strategi bisnis perusahaan. Hal ini tidak dapat dipungkiri, secara primer konsumen akan cenderung mencari produk atau jasa yang memiliki kualitas baik namun harganya kompetitif. Menurut Wahyudi (2020:14) “harga adalah nilai yang ditetapkan untuk mempengaruhi ketertarikan dan daya beli konsumen”.</p>
<p>Bagian Ketiga</p>	<p>Apa Saja Yang Dibahas Pada Bagian Ketiga Ini?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada bagian ketiga ini kita fokus membahas tempat penelitian, yakni perusahaan/ lembaga pendidikan/ pemerintahan/ dan sebagainya. 2. Yang dibahas adalah data, baik diperoleh langsung dari perusahaan atau hasil observasi. 3. Data wajib adalah variabel Y <p>Catatan: Kita Bisa Menetapkan Jumlah Paragraf Dalam Setiap Pembahasan. Misalnya 1 Paragraf Untuk Pembahasan Makro 1 Paragraf Untuk Grand Theory 1 paragraf variabel Y 1 paragraf variabel X1 1 paragraf variabel X2 2 paragraf pembahasan perusahaan/sekolah/pemerintah/dll Jadi, Total 7 Paragraf (bag. ke1 + bag. ke2 + bag. ke3)</p>

CONTOH MANAJEMEN KEUANGAN

Pengaruh CAR dan NPL terhadap Profitabilitas bank ABC
 [Variabel X1 – CAR; Var. X2 NPL; Var. Y – Profitabilitas]

**BAB I
 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian

- Paragraf 1 pembahasan makro.....
- Paragraf 2 pembahasan grand theory.....
- Paragraf 3 pembahasan Variabel Y.....
- Paragraf 4 pembahasan Variabel X1.....
- Paragraf 5 pembahasan Variabel X2.....

Bank BRI menyadari akan pentingnya memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dilihat dari sisi aset. Dengan kata lain, peningkatan profitabilitas dalam hal ini *Return On Asset* (ROA) dianggap oleh Bank BRI cukup ideal, mengingat kegiatan perbankan lebih dominan pada operasional bisnis, maka tidak khayal bank BRI mengacu pada ketentuan Bank Indonesia, standar yang paling baik untuk *Return On Asset* (ROA) adalah 2%. Berikut adalah tabel 1.1 berisi angka yang menunjukkan perkembangan data profitabilitas pada Bank ABC periode 2016 - 2020.

Tabel 1.1. Return On Asset Bank BRI Periode 2010-2014

No	Tahun	ROA	Pertumbuhan (%)	Keterangan
1	2016	4,64	-	-
2	2017	4,93	0.063	Naik
3	2018	5,15	0.045	Naik
4	2019	5,03	-0.023	Turun
5	2020	4,74	-0.058	Turun
Rata-Rata		4,90	0.007	+

Sumber : Laporan Keuangan Bank ABC, 2020

Berdasarkan tabel tersebut di atas dapat dilihat bahwa perkembangan *Return On Asset* (ROA) mengalami fluktuasi dari tahun 2016 - 2017 mengalami peningkatan, namun pada tahun 2019 – 2020 mengalami penurunan. Kondisi ini menunjukkan terjadi penurunan penerimaan pendapatan bank ABC, yang sudah barang tentu menjelaskan adanya berbagai permasalahan, mulai dari kredit bermasalah, tidak likuidnya arus kas, tingginya beban operasional dan lemahnya nilai saham. Akumulasi dari masalah profitabilitas tersebut, akan berdampak pada permasalahan baru, yaitu melemahnya modal sendiri, mendorong perusahaan harus melakukan peminjaman modal dari asing (kredit), menurunnya nilai saham dan menurunnya tingkat kepercayaan investor.

CONTOH MANAJEMEN SDM

Pengaruh kompensasi dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan
 [Var. X1 – Kompensasi; Var. X2 – Kedisiplinan; Var. Y – Kinerja Kar]

**BAB I
 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian

- Paragraf 1 pembahasan makro.....
- Paragraf 2 pembahasan grand theory.....
- Paragraf 3 pembahasan Variabel Y.....
- Paragraf 4 pembahasan Variabel X1.....
- Paragraf 5 pembahasan Variabel X2.....

Sejalan dengan penjelasan di atas, Eksklusif Club Golf Jakarta adalah salah satu unit bisnis dari PT Golf Internasional yang bergerak di bidang layanan olah raga Golf. Eksklusif Club Golf Jakarta memiliki luas lahan 70 Hektar dengan 18 Hole yang terintegrasi dengan pusat bisnis, perumahan dan

mall. Eksklusif Club Golf Jakarta menyadari memberikan pelayanan yang terbaik adalah ujung tombak bisnis golf, namun tidak dipungkiri masih terdapat beberapa indikator kinerja pegawai yang perlu diperbaiki, di antaranya:

Tabel 1.1. Indeks Kinerja Pegawai Eksklusif Club Golf Jakarta

No	Tahun	Kepribadian Menarik	Sigap	Motivasi
1	2015	80	76	83
2	2016	81	77	85
3	2017	80	80	85
Rata-rata		80	78	84

Sumber: Eksklusif Club Golf Jakarta, 2020

Berdasarkan data di atas, kinerja pegawai sudah baik dalam dua hal, yaitu kepribadian dan motivasi. Namun perilaku sigap masih perlu ditingkatkan. Tentu ini menjadi tugas manajemen untuk memberikan pengarahan bagaimana pegawai dapat sigap dalam melayani konsumen ketika main golf.

CONTOH MANAJEMEN PEMASARAN

Pengaruh Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

[Var. X1 – Pelayanan; Var. X2 – Harga; Var. Y – Kepuasan Pelanggan]

**BAB I
PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian

- Paragraf 1 pembahasan makro.....
- Paragraf 2 pembahasan grand theory.....
- Paragraf 3 pembahasan Variabel Y.....
- Paragraf 4 pembahasan Variabel X1.....
- Paragraf 5 pembahasan Variabel X2.....

PT. Ritel Sukses menyadari sejak tahun 2014, di mana kondisi ekonomi domestik kurang stabil dengan ditandai laju inflasi yang tinggi rata-rata 5% per tahun dan nilai tukar rupiah yang terus terdepresiasi oleh *dollar* menyebabkan menurunnya permintaan pendistribusian barang-barang ke berbagai wilayah, bahkan penurunan terjadi signifikan pada sektor retail modern. Berikut di bawah ini data penjualan PT. Ritel Sukses periode 2012-2017.

Tabel 1.1. Penjualan PT. Ritel Sukses

No	Tahun	Net Sales	Pertumbuhan	Keterangan
1	2017	517.555.987	-1.8%	turun
2	2016	535.740.060	-2.37%	turun
3	2015	547.041.842	8.6%	naik
4	2014	512.631.401	-17.2%	turun
5	2013	598.491.434	-12.4%	turun
6	2012	690.945.731	0	-

Sumber: PT. Ritel Sukses, 2020

Berdasarkan tabel di atas, diketahui secara keseluruhan tingkat penjualan mengalami penurunan selama periode 2012-2017. Tingkat penjualan pada tahun 2013 turun sebesar -12.4%, Tingkat penjualan pada tahun 2014 turun signifikan sebesar -17.2%, Tingkat penjualan pada tahun 2015 naik sebesar 8.6% dari tahun 2014 namun sesungguhnya turun dari tahun 2012 dan tahun 2013, Tingkat penjualan pada tahun 2016 sebesar -2,37% dan tingkat penjualan pada tahun 2017 turun sebesar -1.8%. secara lebih sederhana dapat dilihat pada diagram di bawah ini.

7. Rumusan Masalah

Umumnya, rumusan masalah dalam penelitian berupa pertanyaan, berikut contohnya.

CONTOH MANAJEMEN KEUANGAN

Pengaruh CAR dan NPL terhadap Profitabilitas bank ABC

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka fenomena penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh CAR terhadap Profitabilitas bank ABC?
2. Apakah terdapat pengaruh NPL terhadap Profitabilitas bank ABC?
3. Apakah terdapat pengaruh CAR dan NPL terhadap Profitabilitas bank ABC?

Intinya adalah kata pertanyaan “Apakah terdapat pengaruh...” ditambah judul

CONTOH MANAJEMEN SDM

Pengaruh kompensasi dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan PT Rahmat Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka fenomena penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan PT Rahmat Jakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh kedisiplinan terhadap kinerja karyawan PT Rahmat Jakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh kompensasi dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan PT Rahmat Jakarta?

Intinya adalah kata pertanyaan “Apakah terdapat pengaruh...” ditambah judul

CONTOH MANAJEMEN PEMASARAN

Pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Up Normal Pamulang

**BAB I
PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka fenomena penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Up Normal Pamulang?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Up Normal Pamulang?
3. Apakah terdapat pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Up Normal Pamulang?

Intinya adalah kata pertanyaan “Apakah terdapat pengaruh...” ditambah judul

8. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah tindaklanjut dari rumusan masalah

MANAJEMEN KEUANGAN

Pengaruh CAR dan NPL terhadap Profitabilitas bank bank ABC.

**BAB I
PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian

1.2 Rumusan Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh CAR terhadap Profitabilitas bank ABC.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh NPL terhadap Profitabilitas bank ABC.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh CAR dan NPL terhadap Profitabilitas bank ABC.

Intinya adalah kata pernyataan “Mengetahui dan menganalisis..” ditambah judul

MANAJEMEN SDM

Pengaruh kompensasi dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan PT Rahmat Jakarta

**BAB I
PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian**1.2 Rumusan Masalah****1.3 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kompensasi terhadap kinerja karyawan PT Rahmat Jakarta.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kedisiplinan terhadap kinerja karyawan PT Rahmat Jakarta.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kompensasi dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan PT Rahmat Jakarta.

Intinya adalah kata **pernyataan** “mengetahui dan menganalisis..” ditambah **judul**

MANAJEMEN PEMASARAN

Pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Up Normal Pamulang

**BAB I
PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Penelitian**1.2 Rumusan Masalah****1.3 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka fokus pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Up Normal Pamulang.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Up Normal Pamulang.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Up Normal Pamulang.

Intinya adalah kata **pernyataan** “mengetahui dan menganalisis..” ditambah **judul**

9. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebuah pernyataan tentang kegunaan dari hasil penelitian kepada pihak-pihak yang terkait, di antaranya:

a. Penulis

Diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan penulis tentang implementasi manajemen SDM/ Keuangan/ Pemasaran.

b. Perusahaan/ sekolah/ pemerintahan/ dan sebagainya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan saran dan pertimbangan di dalam meningkatkan manajemen SDM/ Keuangan/ Pemasaran.

c. Universitas/ Perguruan Tinggi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi karya tulis yang melengkapi bahan bacaan perpustakaan, khususnya bagi mahasiswa tingkat akhir yang sedang menyusun skripsi.

d. Peneliti lain

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang sedang melakukan penelitian dalam ruang lingkup keilmuan yang sama.

e. Civitas Akademika

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan bacaan bagi warga kampus dalam memahami manajemen SDM/ Keuangan/ Pemasaran secara mendalam.

f. Pemerintah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi kajian akademis yang dapat dipertimbangkan oleh pemerintah daerah/ pusat guna mendukung peningkatan pembangunan.

g. Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi informasi dan atau pengetahuan bagi masyarakat guna peningkatan kualitas hidup (kesejahteraan).

10. Tinjauan Pustaka

Pada bab 2 (dua) kita diwajibkan mengemukakan teori yang berkaitan (relevan) dengan penelitian. Namun, kita diberikan batasan tentang teori yang harus dikemukakan, yakni meliputi grand theory, middle theory, dan applied theory. Pertanyaannya apakah kita sudah memahami ketiga istilah tersebut? Berikut pendapat para ahli.

Pengertian Teori Menurut Para Ahli

	Nama dan Tahun	Teori
Teori	West & Turner (2008:49)	“Teori adalah sebuah sistem konsep abstrak yang mengindikasikan adanya hubungan di antara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena”
	Jonathan H. Turner (1986:5) dalam West & Turner (2008:49)	“Teori adalah sebuah proses mengembangkan ide-ide yang membantu kita menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu peristiwa terjadi”
	William Doherty, et., al. (1993:20) dalam West & Turner (2008:50)	“Berteori merupakan proses mengorganisasi dan merumuskan ide secara sistematis untuk memahami fenomena tertentu. Sebuah teori merupakan seperangkat ide yang saling berhubungan yang muncul dari proses tersebut”
	Asmadi (2008:107)	“Teori merupakan kumpulan konsep, definisi, dan usulan yang memproyeksikan sebuah pandangan sistematis tentang suatu fenomena dengan merancang hubungan khusus antar-konsep guna menggambarkan, menjelaskan, memprediksi, dan/atau mengendalikan fenomena yang ada.
Grand theory (teori dalam arti luas/ universal)	West & Turner (2008:50)	“Grand theory adalah suatu teori yang berusaha untuk menjelaskan semua fenomena seperti komunikasi dengan cara yang benar secara universal”

	Nama dan Tahun	Teori
	Asmadi (2008:107) Bungin (2017:28)	“Grand theory merupakan suatu teori yang memiliki cakupan luas dan kompleks serta memuat banyak konsep” “Grand theory adalah teori-teori makro yang mendasari berbagai teori di bawahnya”
Middle theory (teori dalam arti menengah/ umum)	West & Turner (2008:50) Bungin (2017:28) Solimun, dkk. (2018:62)	“Middle theory adalah teori yang berusaha untuk menjelaskan suatu aspek tertentu dari sebuah fenomena” “Middle theory adalah teori yang berada pada level mezo, level menengah, di mana fokus kajiannya makro dan juga mikro” “Middle theory adalah teori yang berada pada level medium, di mana fokus fokus studinya pada makro dan mikro, misalnya teori Manajemen Sumber Daya Manusia”
Applied theory (teori dalam arti sempit atau spesifik)	West & Turner (2008:51) Bungin (2017:28) Solimun, dkk. (2018:62)	“Applied theory adalah teori yang berusaha untuk menjelaskan suatu aspek yang terbatas dari suatu fenomena” “Applied theory adalah teori di level mikro dan siap diaplikasikan dalam konseptualisasi” “Applied theory adalah yang berada pada level mikro dan langsung dapat diterapkan dalam konseptualisasi, misalnya teori kinerja karyawan, keterlibatan kerja, dan budaya organisasi”

Berdasarkan teori-teori di atas maka dapat kita simpulkan. Bahwa dalam penyusunan skripsi yang dimaksud jenis-jenis teori tersebut adalah:

Contoh Terapan Teori Dalam Skripsi

Konsentrasi	Jenis Teori	Keterangan
Konsentrasi SDM	Grand theory	Teori Manajemen
	Middle theory	Teori Manajemen Sumber Daya Manusia
	Applied theory	Teori Variabel Penelitian SDM Misalnya: Motivasi, Kinerja, Produktivitas kerja, Disiplin kerja, Kepemimpinan, Komitmen organisasi, dan sebagainya
Konsentrasi Pemasaran	Grand theory	Teori Manajemen
	Middle theory	Teori Manajemen Pemasaran
	Applied theory	Teori Variabel Penelitian Pemasaran Misalnya: Harga, Produk, Promosi, Tempat, Keputusan Pembelian, Kualias Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas, Citra merek, Persepsi, Iklan, dan sebagainya
Konsentrasi Keuangan	Grand theory	Teori Manajemen
	Middle theory	Teori Manajemen Keuangan
	Applied theory	Teori Variabel Penelitian Keuangan Misalnya: Perputaran kas, Piutang, Likuiditas, Solvabilitas, Profitabilitas, Aktivitas, Struktur Modal, Harga saham, Nilai perusahaan, ROA, ROI, ROE, CAR, NIM, BOPO, NPL, dan sebagainya

11. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan buku pedoman penelitian terdahulu berupa tabel yang berisikan jurnal-jurnal relevan (berkaitan) dengan fenomena yang tengah diteliti. Namun jurnal yang digunakan memiliki batasan tahun, maksimal 7 (tujuh) tahun terakhir.

Ketentuan dan Contoh Penelitian Terdahulu

Ketentuan	Contoh
<p>Jurnal yang digunakan maksimal 7 tahun terakhir</p> <p>Asumsi Jika di tahun 2020 ini sedang menyusun skripsi, maka jurnal terlama yang dapat digunakan adalah tahun 2013 (hitung mundur dari 2020)</p>	<p>Terbaru</p> <p>Haerani, A., & Nuraisiah, R. (2020). PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. SINAR BANJARAN ABADI. <i>Jurnal Manajemen Dan Bisnis</i>, 1(2), 1-18.</p> <p>Terlama</p> <p>Murti, H., & Srimulyani, V. A. (2013). Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Variabel Pemediasi Kepuasan Kerja Pada PDAM Kota Madiun. <i>JRMA Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi</i>, 1(1), 10-17.</p>

Bagaimana dan di mana saya bisa mendapatkan jurnal?

Berikut caranya!

Buka situs	https://scholar.google.com
Tuliskan judul penelitian anda pada kolom pencarian	
<p>Perhatikan tulisan jurnal di samping nama</p> <p>(jangan di klik jika bukan tulisan Jurnal)</p>	<p>Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja terhadap Kinerja Pegawai N Hotiana, F Febriansyah - Jurnal Riset Manajemen dan ..., 2018 - jimb.ejournal-feuniat.net ✓ This research was aimed for knowing the influence between motivation and work stress against the employees' performance of staffing and Organization General Bureau, staffing and Organization the Ministry of Tourism. This research used a quantitative approach ... ☆ 99 Cited by 8 Related articles All 2 versions ⇨</p> <p>Pengaruh Motivasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening R Nawastuti - 2018 - e-repository.perpus.iainsalatiga.ac ... ✗ ✗ ✗ Nawastuti, Rati. 2018. Pengaruh Motivasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Kantor Cabang Syariah Samarang. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan ... ☆ 99 Cited by 4 Related articles All 2 versions ⇨</p>

Download Jurnal

Klik tulisan [PDF] di sebelah kanan jurnal

Pengaruh Motivasi dan Stres Kerja terhadap Kinerja Pegawai
 N Hotiana, F Febriansyah · Jurnal Riset Manajemen dan ... , 2018 · jrmib.ejournal-feuniat.net
 This research was aimed for knowing the influence between motivation and work stress against the employees' performance of staffing and Organization General Bureau, staffing and Organization the Ministry of Tourism. This research used a quantitative approach ...
 ☆ 99 Cited by 8 Related articles All 2 versions

[PDF] [ejournal-feuniat.net](#)

Setelah kita sudah mengunduh jurnal, pertanyaan berikutnya adalah:

Bagaimana membuat tabel penelitian terdahulu ?

Berdasarkan ketentuan pada buku pedoman halaman 14 dan 30, yaitu tabel memuat isi sebagai berikut:

- a. Nama peneliti,
- b. Nama jurnal,
- c. Volume dan nomor jurnal,
- d. Halaman artikel,
- e. Judul penelitian,
- f. Metode penelitian, dan
- g. Hasil penelitian.

Maka tabel penelitian dapat kita buat sebagai berikut:

No	Nama dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Endang Sugiarti (2020) SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, Vol.3(No.2), 151-160	Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Dosen	Multiple Linear Regression	The results showed that leadership style and motivation had a significant effect on performance
...	-	-	-	-

Keterangan :

- | | |
|----------------------------|---|
| a. Nama peneliti | : Endang Sugiarti(kolom 2) |
| b. Nama jurnal | : SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business...(kolom 2) |
| c. Volume dan nomor jurnal | : Vol. 3(No.2)(kolom 2) |
| d. Halaman artikel | : 151-160(kolom 2) |
| e. Judul penelitian | : Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Dosen(kolom 3) |
| f. Metode penelitian | : Multiple Linear Regression(kolom 4) |
| g. Hasil penelitian | : The results showed that leadership style and motivation had a significant effect on performance(kolom 5) |

Pertanyaan berikutnya,

Bagaimana kita mendapatkan informasi seperti di atas?

Jawabannya **LIHAT HALAMAN PERTAMA JURNAL.....** semua informasi untuk membuat tabel penelitian terdahulu ada pada halaman pertama.

CONTOH

SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: 2
 Economic, Accounting, Management and Business
 Vol. 3, No. 2, April 2020

p-ISSN 2615-3009
e-ISSN 2621-3389

**PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI KERJA
TERHADAP KINERJA DOSEN**

Endang Sugiarti 1
 Universitas Pamulang, Banten
 sugiarti_e@gmail.com

Submitted: 03rd Jan 2020/ **Edited:** 25th March 2020/ **Issued:** 01st April 2020
Cited on: Sugiarti, E. (2020). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA DOSEN. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(2), 151-160. 4
 DOI: 10.37481/sjr.v3i2.190 3
<https://doi.org/10.37481/sjr.v3i2.190>

ABSTRACT

The existence of universities is determined by public trust, and lecturer performance is the answer. For this reason, universities need to improve the performance of lecturers through implementing quality teaching, research that results in innovation and community service. The research method uses quantitative, the number of samples is 52 Pamulang University lecturers with a simple random technique, the analysis method uses multiple linear regression, and the analysis stage consists of descriptive test, validity test, reliability test, classic assumption test, partial test, simultaneous test, and test coefficient of determination. The results showed that leadership style and motivation had a significant effect on performance. This finding confirms the importance of well-behaved leaders, proactive, flexible in communication, friendly in interacting, care about lecturers' careers, support the implementation of research and community service, so that the enthusiasm of lecturers is optimal and leads to increased performance.

Keywords: Leadership Style, Work Motivation, Performance, Lecturer

PENDAHULUAN

Globalisasi dan modernisasi telah membawa perubahan besar terhadap berbagai aspek kehidupan. Terlebih di era digital saat ini, persaingan antar negara, antar perusahaan sudah tidak terelakan. Hilangnya batas-batas mempertajam tingkat persaingan, maka tidak heran banyak perusahaan yang berlomba-lomba menjadi yang terbaik, mengerahkan seluruh potensi yang dimiliki, tidak terkecuali meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) melalui penguatan sistem manajemen.

SDM dipandang sebagai satu-satunya faktor yang paling diandalkan di dalam mencapai tujuan organisasi. Keberadaannya adalah sebagai eksekutor, yakni faktor yang

12. Kerangka Berpikir

Sudahkah anda mengerti tentang kerangka berpikir? Jika belum, mari kita telaah penjelasan para ahli.

- a. Menurut Cik Hasan Bisri dalam Widiawati (2020:256) “kerangka berpikir adalah penjelasan sementara yang bersifat logis dan sistematis mengenai gejala yang diteliti”.
- b. Widiawati (2020:256) “kerangka berpikir atau kerangka teori merupakan uraian ringkas tentang teori yang digunakan dan cara menggunakannya dalam menjawab pertanyaan penelitian. Adapun kerangka berpikir dalam bentuk penalaran logis adalah sebuah urutan berpikir logis sebagai suatu ciri berpikir ilmiah yang akan digunakan dan cara menggunakan logika tersebut dalam memecahkan masalah penelitian”.
- c. Darmalaksana (2020:11) “kerangka berpikir adalah suatu hubungan antar-konsep sehingga membentuk sebuah bangunan berpikir”.
- d. Muchson (2017:60) “Kerangka berpikir adalah model konseptual hubungan antar variabel penelitian. Kerangka berpikir dibangun dari berbagai teori, pustaka, dan hasil penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan dan dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga menghasilkan hubungan antar variabel yang diteliti”.
- e. Sugiyono (2012:60) menjelaskan, “kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara kritis pertautan antar variabel yang diteliti”.

Berdasar pengertian para ahli di atas, maka dapat kita simpulkan bahwa kerangka berpikir adalah **penjelasan logis yang berlandaskan teori (pendapat ahli dan hasil penelitian) tentang hubungan dan atau pengaruh antara variabel bebas dan terikat.**

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka **pembuatan kerangka berpikir** di dalam **skripsi** hendaknya terlebih dahulu **menjelaskan** bagaimana **hubungan** dan atau **pengaruh antar variabel bebas dan terikat**, kemudian **diakhiri** dengan menghadirkan **gambar kerangka berpikir** sebagai gambaran konsep penelitian. Berikut ini contoh – contoh pembuatan kerangka berpikir di dalam penyusunan skripsi.

CONTOH KERANGKA BERPIKIR MANAJEMEN SDM

Pengaruh **budaya organisasi** dan **disiplin kerja** terhadap **kinerja pegawai**

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Berpikir

Darmalaksana (2020:11) menjelaskan “kerangka berpikir adalah suatu hubungan antar-konsep sehingga membentuk sebuah bangunan berpikir”. Berikut uraian kerangka berpikir dalam penelitian ini:

1. Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai

Tertanamnya nilai-nilai organisasi merefleksikan suatu kebiasaan kerja yang baik, di antaranya sikap menghargai waktu, sikap tanggung jawab, sikap disiplin, sikap taat pada perintah, sikap saling menghargai dan menghormati, sikap teliti, dan lain sebagainya. Dengan demikian, hasil kerja akan tercapai dengan maksimal.

Penjelasan di atas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2020) dan Mukrodi dan Sugiarti (2017) mengemukakan bahwa budaya organisasi mampu mendorong orang-orang untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan. Temuan ini menegaskan, bahwa budaya mampu mendorong orang bekerja sesuai dengan yang diharapkan, dan berdampak pada hasil kerja yang maksimal.

2. Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai

Sebagaimana di pahami, disiplin adalah suatu aturan yang harus ditaati oleh karyawan. Di mana, disiplin sendiri memiliki tujuan, agar para karyawan dapat bekerja mengikuti prosedur yang berlaku. Hal demikian dimaksudkan, untuk memastikan bahwa setiap pekerjaan dilaksanakan dengan baik dan menghasilkan pekerjaan yang baik, dalam hal ini tercapainya tujuan organisasi.

Penjelasan di atas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Harras (2020), Sutoro (2019), Sugiarti (2018) dan Mukrodi (2012) mengemukakan bahwa disiplin kerja secara operasional dapat meningkatkan ketelitian, kehati-hatian, keteraturan dan fokus kerja karyawan, yang dengan itu prestasi kerja (kinerja) tercapai.

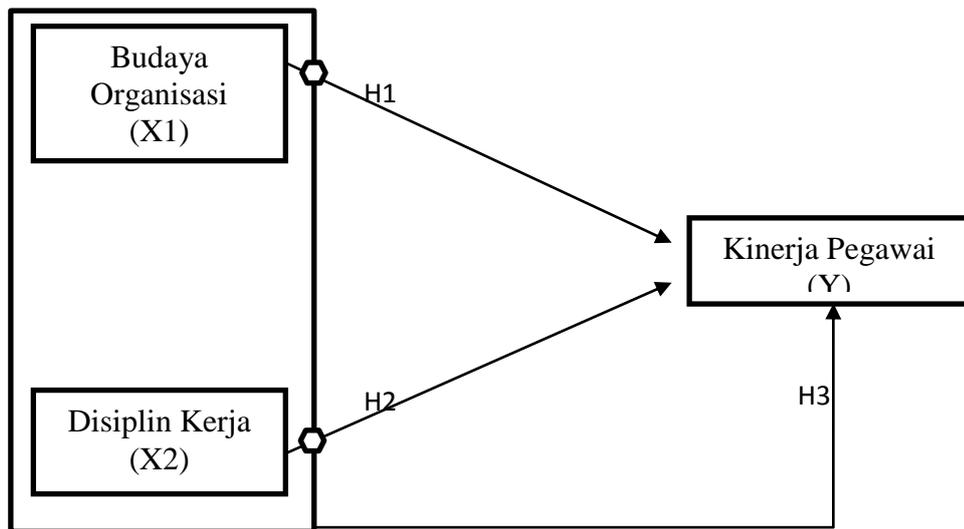
3. Pengaruh budaya organisasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai

Sebagaimana telah diuraikan di atas, bahwa di dalam kerja, budaya organisasi adalah faktor penting yang tidak dapat di pisahkan. Bahkan banyak perusahaan, di setiap tahap penerimaan pegawai baru, memberikan briefing, yang salah satu unsur utamanya adalah penyampaian budaya organisasi. Hal tersebut dilakukan agar para pegawai, senantiasa selaras dengan tujuan organisasi.

Selain budaya organisasi, keberadaan disiplin kerja memiliki pengaruh secara langsung terhadap perilaku kerja pegawai. Adanya aturan disiplin dapat membantu para pegawai tahu melakukan suatu pekerjaan secara efektif dan efisien, sehingga prestasi kerja tercapai.

Penjelasan di atas sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2020), Sutoro (2019), Sugiarti (2018) dan Mukrodi (2012) mengemukakan bahwa budaya organisasi dan disiplin kerja merupakan faktor-faktor yang dapat menjelaskan kinerja, apa artinya? Artinya, perilaku kerja pegawai dipengaruhi oleh nilai-nilai kerja yang diterapkan oleh sebuah perusahaan baik berupa budaya kerja maupun aturan disiplin.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikemukakan gambar kerangka berpikir dalam penelitian ini.



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

CONTOH KERANGKA BERPIKIR MANAJEMEN PEMASARAN

Pengaruh **lokasi** dan **harga** terhadap **keputusan pembelian**

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Berpikir

Darmalaksana (2020:11) menjelaskan “kerangka berpikir adalah suatu hubungan antar-konsep sehingga membentuk sebuah bangunan berpikir”. Berikut uraian kerangka berpikir dalam penelitian ini:

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Lokasi adalah tempat usaha yang dapat dilihat secara kasat mata, sekaligus menjadi bukti, bahwa suatu perusahaan tersebut benar melakukan kegiatan usaha. Selanjutnya, agar lokasi dapat dijangkau dengan mudah, maka perlu memperhatikan aspek strategis, hal tersebut dimaksudkan agar konsumen atau pelanggan dapat dengan mudah menjangkaunya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi & Sugiarti (2017), Mukrodi (2019) dan Sutoro (2020) mengemukakan lokasi yang mudah dijangkau dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Harga adalah ukuran kuantitatif dari barang atau jasa yang dijual. Umumnya, harga yang menarik konsumen adalah harga yang memiliki kuantitas dengan kualitas dari produk atau jasa, apa lagi jika harganya lebih murah dengan kualitas produk atau jasa yang baik.

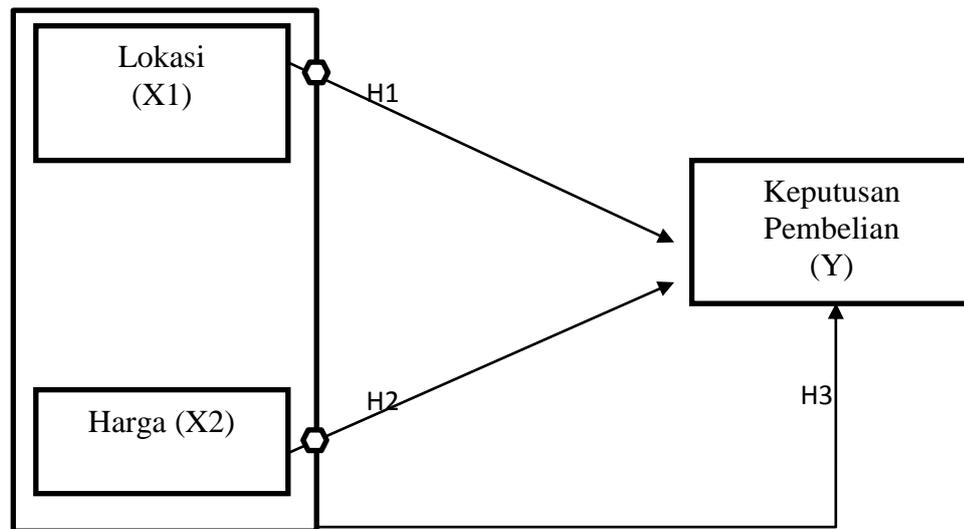
Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2020), Sutoro (2019), Sugiarti (2018) dan Mukrodi (2012) menyatakan, faktanya harga dapat mempengaruhi psikologi konsumen, mengingat harga berkaitan erat dengan daya beli dan kondisi keuangan konsumen. Sehingga memainkan peran harga adalah salah satu strategi pemasaran yang bijak.

3. Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian

Lokasi strategis memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan pembelian, terlebih jika harga yang ditawarkan pada suatu barang dan jasa relatif terjangkau, maka tidak heran jika banyak konsumen yang berbondong-bondong membeli produk tersebut.

Hasil penelitian Wahyudi (2020), Sutoro (2019), Sugiarti (2018) dan Mukrodi (2012) mengemukakan, dalam strategi pemasaran lokasi dan harga adalah faktor fundamental, di mana konsumen akan menaruh kepercayaannya jika mendapatkan informasi lengkap di mana produk dijual dan berapa harga jualnya. Dengan demikian, konsumen dapat menentukan keputusan pembeliannya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikemukakan gambar kerangka berpikir dalam penelitian ini.



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

CONTOH KERANGKA BERPIKIR MANAJEMEN KEUANGAN

Pengaruh **pengawasan** dan **opini audit** terhadap **kinerja keuangan** Pemda

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Berpikir

Darmalaksana (2020:11) menjelaskan “kerangka berpikir adalah suatu hubungan antar-konsep sehingga membentuk sebuah bangunan berpikir”. Berikut uraian kerangka berpikir dalam penelitian ini:

1. Pengaruh pengawasan terhadap kinerja keuangan Pemda

Kinerja keuangan daerah yang efektif dan efisien akan terjadi jika terdapat pengawasan dari berbagai pihak, salah satunya pengawasan eksternal yang dilakukan oleh BPK. BPK memiliki peran penting dalam mengawasi dan mengontrol penggunaan anggaran daerah. BPK memiliki wewenang yang mengingat dalam mengaudit laporan keuangan daerah, apakah terdapat kewajaran antara anggaran yang dibelanjakan dengan realisasi program kerja dan sebaliknya. Jika terdapat indikasi masalah yang mengakibatkan kerugian keuangan daerah, maka BPK akan memberikan opini auditnya berdasarkan pemeriksaan keuangan laporan keuangan daerah.

Hasil penelitian Wahyudi dan Mukrodi (2020) mengemukakan bahwa pengawasan yang dilakukan anggota dewan bersifat langsung terhadap Pemda, artinya pengawasan penuh keuangan Pemda ada pada anggota dewan, sehingga pemerintah daerah tidak dapat berbuat yang dapat merugikan negara.

2. Pengaruh opini audit terhadap kinerja keuangan Pemda

Opini audit BPK senyatanya adalah penilaian objektif dan profesional atas kewajaran laporan keuangan daerah. Opini audit BPK akan memberikan nilai Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) jika laporan keuangan daerah sesuai antara realisasi program kerja dengan anggaran yang dibelanjakan. Sedangkan opini audit BPK Wajar Dengan Pengecualian (WDP) artinya laporan keuangan yang disajikan terindikasi adanya ketidakwajaran informasi, namun masih dalam batas toleransi. Namun opini audit Tidak Memberikan Pendapat (TMP) dan Tidak Wajar (TW) menunjukkan terdapat masalah laporan keuangan yang serius,

yang mengakibatkan kerugian keuangan daerah.

Hasil penelitian Wahyudi, Sugiarti, dan Sutoro (2020) menyatakan, adanya penilaian audit BPK tentunya dapat menjadi parameter yang memacu pemerintah daerah untuk lebih hati-hati, teliti dan profesional dalam membelanjakan keuangan daerah dengan demikian akan terselenggara pemerintahan yang baik (*good governance*), yakni pemerintahan yang bebas korupsi, kolusi dan nepotisme.

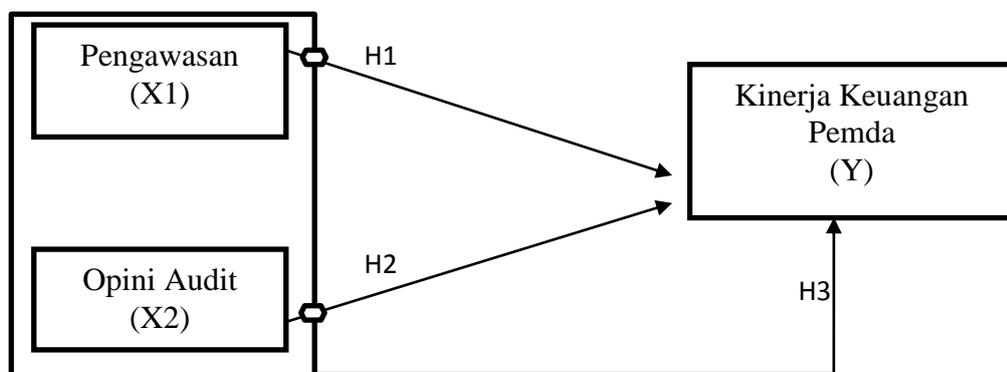
3. Pengaruh pengawasan dan opini audit terhadap kinerja keuangan Pemda

Sejatinya peran anggota dewan adalah melakukan pengawasan terhadap pemerintah daerah, tidak terkecuali dalam hal penggunaan anggaran. Sebagai mitra penting Pemda, anggota dewan memiliki legitimasi memantau dan mengawasi jalannya pemerintahan daerah, sehingga mampu meminimalisir kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh Pemda yang mengakibatkan kerugian negara.

Selain itu, peran BPK dalam mengaudit kinerja keuangan pemerintah daerah adalah upaya dari negara untuk dapat mempengaruhi pemerintah daerah agar dapat menggunakan anggaran secara benar dan tepat sasaran, dengan demikian akan terwujud tata kelola pemerintahan daerah yang baik.

Hasil penelitian Wahyudi, Sugiarti, dan Sutoro (2020) menjelaskan, Pemerintah daerah sebagai eksekutif, harus patuh terhadap pengawasan yang dilakukan oleh legislatif sehingga dapat meminimalisir terjadinya berbagai masalah yang mengakibatkan ketidakwajaran kinerja keuangan daerah.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dikemukakan gambar kerangka berpikir dalam penelitian ini.



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

13. Pengembangan Hipotesis

Penjelasan pengembangan hipotesis dapat kita lihat pada buku pedoman halaman 15 dan 31 dengan redaksi:

“Merupakan **kesimpulan teoritis (dugaan penelitian)** yang **bersifat sementara**, dinyatakan dengan **kalimat tegas** (menjawab rumusan masalah), dan **konsisten** dengan **tujuan penelitian**. Pernyataan hipotesis **diawali** dengan **pemaparan penelitian terdahulu** yang relevan”

Apa yang dimaksud dengan penjelasan tersebut? Lalu, bagaimana model penerapannya dalam skripsi?

Maksud dari penjelasan tersebut adalah, bahwa **pembuatan pengembangan hipotesis** dalam **skripsi** adalah berupa **pernyataan kesimpulan sementara** yang **diawali** dengan **pemaparan jurnal-jurnal** yang **tercantum** pada **tabel penelitian terdahulu**. Berikut contohnya:

CONTOH PENGEMBANGAN HIPOTESIS MANAJEMEN SDM

Pengaruh **budaya organisasi** dan **disiplin kerja** terhadap **kinerja pegawai**

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Berpikir

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori dan penjelasan kerangka berpikir di atas maka dapat dikemukakan kesimpulan sementara (hipotesis) sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis budaya organisasi terbukti dapat mempengaruhi perilaku kerja pegawai yang lebih baik.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi

(2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis budaya organisasi terbukti dapat mempengaruhi pegawai untuk bekerja lebih baik (mengerahkan seluruh potensi yang dimiliki).

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai

2. Diduga terdapat pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis disiplin kerja terbukti dapat mempengaruhi perilaku kerja pegawai yang lebih baik.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi (2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis disiplin kerja terbukti dapat mempengaruhi pegawai untuk bekerja sesuai SOP dan teratur sehingga hasil kerja sesuai harapan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2 : Diduga terdapat pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja pegawai

3. Diduga terdapat pengaruh budaya organisasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan budaya organisasi terhadap kinerja pegawai. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis budaya organisasi terbukti dapat mempengaruhi perilaku kerja pegawai yang lebih baik.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi (2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan disiplin kerja terhadap kinerja

pegawai, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis disiplin kerja terbukti dapat mempengaruhi pegawai untuk bekerja sesuai SOP dan teratur sehingga hasil kerja sesuai harapan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Diduga terdapat pengaruh budaya organisasi dan disiplin kerja terhadap kinerja pegawai

CONTOH PENGEMBANGAN HIPOTESIS MANAJEMEN PEMASARAN

Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Berpikir

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori dan penjelasan kerangka berpikir di atas maka dapat dikemukakan kesimpulan sementara (hipotesis) sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis lokasi usaha terbukti dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi (2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis lokasi usaha terbukti dapat mempengaruhi konsumen di dalam memutuskan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

2. Diduga terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis harga terbukti dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi (2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis harga terbukti dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2 : Diduga terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

3. Diduga terdapat pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis lokasi usaha terbukti dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi (2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis harga terbukti dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Diduga terdapat pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian

CONTOH PENGEMBANGAN HIPOTESIS MANAJEMEN KEUANGAN

Pengaruh **pengawasan** dan **opini audit** terhadap **kinerja keuangan**

Pemda

BAB II**TINJAUAN PUSTAKA****2.1 Landasan Teori****2.2 Penelitian Terdahulu****2.3 Kerangka Berpikir****2.4 Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan tinjauan teori dan penjelasan kerangka berpikir di atas maka dapat dikemukakan kesimpulan sementara (hipotesis) sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh pengawasan terhadap kinerja keuangan

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan pengawasan terhadap kinerja keuangan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis pengawasan yang dilakukan anggota dewan terbukti dapat mempengaruhi pemerintah untuk menggunakan anggaran daerah lebih baik.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi (2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan pengawasan terhadap kinerja keuangan, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis pengawasan terbukti dapat mempengaruhi pemerintah daerah di dalam mengelola keuangan daerah secara akuntabel dan transparan serta profesional.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh pengawasan terhadap kinerja keuangan

2. Diduga terdapat pengaruh opini audit terhadap kinerja keuangan

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan opini audit terhadap kinerja keuangan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis opini audit BPK terbukti dapat mempengaruhi kinerja pemerintah daerah di dalam tata kelola keuangan daerah yang akuntabel dan transparan.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi (2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan opini audit terhadap kinerja keuangan, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis opini audit yang diberikan BPK terhadap pemerintah daerah mampu mendorong Pemda untuk profesional dan akuntabel di dalam menggunakan anggaran daerah.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2 : Diduga terdapat pengaruh opini audit terhadap kinerja keuangan

3. Diduga terdapat pengaruh pengawasan dan opini audit terhadap kinerja keuangan

Hal yang mendasari penulis dapat mengemukakan hipotesis penelitian adalah adanya bukti teoritis yakni hasil penelitian terdahulu, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020), mengemukakan terdapat pengaruh signifikan pengawasan terhadap kinerja keuangan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis pengawasan yang dilakukan anggota dewan terbukti dapat mempengaruhi pemerintah untuk menggunakan anggaran daerah lebih baik.

Memperkuat temuan di atas, hasil penelitian Sugiarti dan Mukrodi (2020) menyatakan, terdapat pengaruh signifikan opini audit terhadap kinerja keuangan, baik secara parsial maupun simultan. Artinya, berdasarkan pengujian teoritis opini audit yang diberikan BPK terhadap pemerintah daerah mampu mendorong Pemda untuk profesional dan akuntabel di dalam mengelola keuangan daerah.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis dapat menyatakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Diduga terdapat pengaruh pengawasan dan opini audit terhadap kinerja keuangan

14. Jenis Penelitian

Pertanyaan sederhana!

Uraian atau penjelasan apa yang dikemukakan pada sub bab **Jenis Penelitian** (BAB III) ?

Untuk dapat menjawab hal tersebut, mari kita pahami penjelasan dari buku pedoman, yaitu : **Menjelaskan metode penelitian apa yang digunakan dan mengemukakan alasannya**

Kesimpulan yang dapat dikemukakan dari penjelasan tersebut adalah, bahwa isi tulisan pada sub judul **jenis penelitian** meliputi 2 (dua) hal, di antaranya:

- a. Menyebutkan teori metode penelitian dan menjelaskannya
- b. Menyebutkan alasan-alasan atas metode penelitian yang digunakan

CONTOH JENIS PENELITIAN

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Tindak lanjut dari konsep yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka diperlukan sebuah metode penelitian yang dapat mengemukakan penelitian secara ilmiah (rasional, empiris, dan logis). Penulis memutuskan untuk menggunakan **metode penelitian kuantitatif**. Menurut Sugiyono (2012:13) metode kuantitatif adalah “metode penelitian yang berlandaskan pada falsafah positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan data dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis”.

Maksud dari pengertian di atas, bahwa penelitian kuantitatif memandang suatu fenomena adalah pengamatan yang dapat diukur melalui populasi dan sampel, dari hal tersebut dapat dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, dan data tersebut dapat dianalisis guna keperluan pengujian hipotesis. Berdasarkan uraian ini maka dapat dikemukakan alasan penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut:

1. Metode kuantitatif membantu penulis dalam mengukur fenomena yang tengah diamati;
2. Metode kuantitatif membantu penulis menentukan populasi dan sampel;
3. Metode kuantitatif membantu penulis menentukan teknik pengambilan sampel;
4. Metode kuantitatif membantu penulis menyusun instrumen penelitian;
5. Metode kuantitatif memberikan ruang kepada penulis untuk melakukan analisis data secara statistik; dan
6. Metode analisis membantu penulis dalam membuktikan hipotesis yang diajukan.

16. Operasional Variabel Penelitian

Berikut penjelasan buku pedoman tentang **Operasional Variabel Penelitian**:

“Berupa tabel yang memuat informasi mengenai definisi operasional variabel, indikator, dan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian”. (Halaman 31 dan 15)

Penjelasan tersebut mengaskan bahwa isi sub bab operasional variabel penelitian adalah:

- a. Bentuk operasional variabel penelitian adalah **tabel**;
- b. Isi tabel terdiri dari **variabel, definisi operasional variabel, indikator, dan skala**

Apa itu definisi operasional variabel?

Definisi operasional variabel merupakan penjelasan teori yang disesuaikan dengan keadaan objek penelitian, atau bahasa populernya disebut sintesis.

CONTOH OPERASIONAL VARIABEL MANAJEMEN KEUANGAN

**BAB III
METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2. Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Profitabilitas (Y)	Merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui optimalisasi operasional bisnis	ROA $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$	Nominal

CONTOH OPERASIONAL VARIABEL MANAJEMEN PEMASARAN

**BAB III
METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2. Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Kepuasan Pelanggan (Y)	Merupakan perasaan senang yang lahir karena mendapatkan produk atau jasa sesuai harapan dan mendapatkan pelayanan prima	1. Menjadi pelanggan tetap 2. Memberikan penilaian baik (bintang) 3. Memberikan testimoni yang baik 4. Bersedia mengajak orang lain (referral) 5. Bersedia memberikan rekomendasi kepada pengunjung lain	Likert

CONTOH OPERASIONAL VARIABEL MANAJEMEN SDM

**BAB III
METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2. Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Kinerja (Y)	Merupakan hasil kerja baik yang dilakukan atas proses kerja yang benar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas kerja 2. Kuantitas kerja 3. Perilaku kerja 4. Integritas 	Likert
2	Kompensasi (X2)	Merupakan timbal balik berupa penghargaan finansial dan non finansial atas kewajiban yang telah ditunaikan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gaji pokok 2. Insentif 3. Tunjangan 	Likert
3	Tim Kerja (X3)	Merupakan kerja sama antar pegawai yang saling mendukung dalam pencapaian tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kekompakan 2. Kerja sama 3. Koordinasi 4. Komunikasi 5. Interaksi 	Likert

17. Populasi dan Sampel

Berikut penjelasan buku pedoman tentang sub bab populasi dan sampel:

“Menjelaskan secara definitif karakteristik yang menjadi satuan penelitian, populasi dan karakteristiknya, besar sampel yang diambil serta teknik dan cara pengambilan sampelnya”.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka teknis pembuatan populasi dan sampel dalam skripsi mencakup:

- a. Menyebutkan teori populasi dan sampel
- b. Menjelaskan siapa (karakteristik) populasi dan sampel yang akan diteliti.
- c. Mengemukakan cara menghitung jumlah sampel (jika diperlukan)
- d. Menyebutkan cara mengambil sampel (cara apa yang digunakan untuk mendapatkan data dari objek penelitian/ unit analisis/ responden)

CONTOH POPULASI & SAMPEL MANAJEMEN SDM

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

“Populasi merupakan kumpulan individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan” (Husein Umar, 2008:38). Secara umum jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 1573 dosen, namun populasi yang akan dijadikan subjek penelitian adalah **dosen tetap yang berpangkat Asisten Ahli (AA)** yakni berjumlah 1339. Adapun dasar penetapannya, bahwa dosen berpangkat asisten ahli (AA) memiliki jumlah yang paling besar dibandingkan dengan dosen yang berpangkat lain yakni sebesar 85%. Hal ini cukup beralasan jika dijadikan sampel, mengingat jumlah yang banyak dapat mewakili keseluruhan populasi yang ada.

Lebih lanjut kriteria sampel dalam penelitian ini adalah dosen dengan tingkat **pendidikan paling rendah S2** dan **masa bakti minimal 2 tahun** hingga ke atas, dengan dasar penetapan adalah mengacu pada ketentuan Dikti yang memperbolehkan dosen mengajukan kepangkatan minimal berpendidikan S2 dan

masa bakti 2 tahun. Berikut rincian populasi dosen berdasarkan kepegangatan.

Tabel 3.3. Dosen Tetap Universitas Swasta Kopertis IV Provinsi Banten

No	Nama PT	Kepangkatan Dosen					Jumlah
		TJ	AA	L	LK	GB	
1	Universitas YSI	9	82	7	4	1	103
2	Universitas AM	9	94	9	3	1	116
3	Universitas GP	94	574	6	1	1	676
4	Universitas RS	18	162	4	2	-	186
5	Universitas CNT	2	24	3	2	-	31
6	Universitas TM	26	302	11	4	1	344
7	Universitas JB	5	41	2	1	-	49
8	Universitas BS	5	60	2	1	-	68
Total		168	1339	44	18	4	1573

Sumber: Kabag Kepegawaian (2020)

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012 : 116) “sampel dapat didefinisikan sebagai suatu bagian yang ditarik dari populasi”. “Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah salah satu dari metode *propability sampling* yaitu *proposionate random sampling*. *Proposionate random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang jumlah dan caranya disesuaikan dengan populasi di setiap” (Husein Umar, 2008:39).

Pedoman penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada tabel sampel Isaac dan Michael dalam Sugiyono (2012:126), dengan taraf signifikan 10%, tingkat *confidence* 90% dan jumlah populasi (N) 1339 maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 224 responden. Berikut proporsional sampel dalam penelitian ini.

Tabel 3.4. Jumlah Sampel Penelitian

No	Nama PT	Jml Dosen Asisten Ahli	%	Sampel Uji Coba	Sampel Penelitian
1	Universitas YSI	82	7%	2	16
2	Universitas AM	94	7%	2	16
3	Universitas GP	574	43%	12	96
4	Universitas RS	162	12%	4	27
5	Universitas CNT	24	2%	1	4
6	Universitas TM	302	22%	7	49
7	Universitas JB	41	3%	1	7
8	Universitas BS	60	4%	1	9
Total		1339	100%	30	224

Sumber: Data diolah penelitian (2020)

CONTOH URAIAN POPULASI & SAMPEL MANAJEMEN PEMASARAN**BAB III****METODE PENELITIAN****3.1 Jenis Penelitian****3.2 Tempat dan Waktu Penelitian****3.3 Operasional Variabel Penelitian****3.4 Populasi dan Sampel****3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2012: 115) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan kata lain, populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah (simpanan) Bank BPR UNPAM Cabang Pamulang yang pada 6 bulan terakhir melakukan transaksi perbankan. Berdasarkan data tersebut diketahui rata-rata jumlah nasabah simpanan/tabungan dalam setiap bulannya berjumlah 1352 orang”.

3.4.2 Sampel

Menurut Riduwan dan Engkos (2011: 40) “teknik sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian adalah teknik *Accidental Sampling*. Sugiyono (2012:122) menjelaskan bahwa teknik insidental sampel ini merupakan suatu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah nasabah simpanan/tabungan yang melakukan transaksi di Bank BPR Unpam Cabang Pamulang, selama rentang 6 bulan terakhir rata-rata setiap bulannya berjumlah 1352 orang (nasabah)”.

“Pedoman penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada syarat jumlah sampel minimum. Dalam penelitian ini, teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus dari Slovin” dalam Husein (2012:108) yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = Presisi yang ditetapkan / eror

$$n = \frac{1352}{1 + (1352 \times 10\%^2)}$$

$$\frac{1352}{1 + (1352 \times 0.01)}$$

$$\frac{1352}{14.52} = 93 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka banyaknya responden dalam penelitian ini berjumlah 93 orang.

CONTOH URAIAN POPULASI & SAMPEL MANAJEMEN KEUANGAN

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2005:77) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi yang dimaksud di sini adalah keseluruhan Laporan Keuangan Bank BPR Unpam Cabang Pamulang.

3.4.2 Sampel

Menurut Riduwan dan Engkos (2011: 40) “teknik sampling adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi. Dengan kata lain sampel adalah perwakilan dari populasi yang digunakan untuk penelitian, yang kemudian hasilnya di generalisasi”.

Adapun metode pengambilan sampel menggunakan *nonprobability*

purposive sampling, di mana sampel yang diambil dari populasi ditentukan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian ini (Umar Husein, 2008:112). Oleh karena itu, sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan Bank BPR Unpam Cabang Pamulang periode tahun 2010 hingga 2019 dengan jenis data kuartal yakni berjumlah 40 data dengan kriteria sebagai berikut:

1. Laporan keuangan memiliki informasi lengkap dan konsisten;
2. Laporan keuangan telah diaudit (baik internal maupun eksternal);
3. Laporan keuangan menyajikan ikhtisar neraca;
4. Laporan keuangan terpublikasi di bursa efek Indonesia.

Jenis-jenis Teknik Pengambilan Sampel

Teknik Pengambilan Sampel	
Probability Sampling	Non Probability Sampling
<ol style="list-style-type: none"> 1. Simple random sampling 2. Proporsionate stratified random sampling 3. Disproporsionate stratified random sampling 4. Cluster sampling 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Systematic sampling 2. Purposive/ Judgment sampling 3. Accidental/Convenience sampling 4. Quota sampling 5. Sensus (jenuh) sampling 6. Snowball sampling

Sumber: Sugiyono (2012:117)

Probability Sampling

Menurut Sugiyono (2012:118) “adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

a. Simple random sampling

“Pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen” (Sugiyono, 2012:118). Artinya, sampel penelitian memiliki status yang sama.

Contohnya

- Manajemen SDM** > Populasi penelitian adalah **staf** akademik Unpam, **pegawai** kelurahan, **karyawan** Indomaret, dan sebagainya
Para pegawai tidak memiliki posisi yang lebih tinggi walau beda bagian, semuanya sama berstatus pegawai.
- Manajemen Pemasaran** > Populasi penelitian adalah **konsumen, pelanggan, pengunjung**
Semua konsumen/pelanggan/pengunjung berstatus sama yaitu sebagai konsumen/pelanggan/pengunjung
- Manajemen Keuangan** > Populasi penelitian adalah **data laporan keuangan**
Semua data memiliki status yang sama, yaitu data laporan keuangan.

b. Proporsionate stratified random sampling

“Populasi mempunyai anggota/unsur yang heterogen dan berstrata secara proporsional” (Sugiyono, 2012:118).

Contoh 1 > Populasi penelitian adalah **mahasiswa** (ada mahasiswa tingkat semester 1, 2, 3, sampai semester 8)
Mahasiswa semester 1 dengan semester 8 memiliki tingkatan yang berbeda.

Contoh 2 > Populasi penelitian adalah **pimpinan perusahaan** (ada manajer, general manajer, direktur, direktur umum, dan komisaris)
Setiap pimpinan memiliki kedudukan dan posisi yang berbeda.

c. Disproporsionate stratified random sampling

“Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional” (Sugiyono, 2012:119). Artinya, terdapat populasi penelitian pada tingkatan tertentu yang jumlahnya sangat sedikit.

Contoh 1 > Populasi penelitian adalah **pegawai** retail modern yang dilihat dari **tingkat pendidikan**.

Pegawai berpendidikan S3 = 0

Pegawai berpendidikan S2 = 1

Pegawai berpendidikan S1 = 57

Pegawai berpendidikan D3 = 4

Pegawai berpendidikan SMA = 100

Berdasarkan informasi populasi di atas, maka diketahui pegawai dengan pendidikan S2 dan D3 tidak proporsional (*disproporsionate*) dengan pegawai yang berpendidikan S1 dan SMA.

Contoh 2 > Populasi penelitian adalah **pegawai** PNS Kota Tangerang Selatan yang dilihat dari **masa kerja**.

Pegawai masa kerja 30 tahun = 3

Pegawai masa kerja 25 tahun = 7

Pegawai masa kerja 20 tahun = 15

Pegawai masa kerja 15 tahun = 124

Pegawai masa kerja 10 tahun = 100

Berdasarkan informasi populasi di atas, maka diketahui pegawai dengan masa kerja 30 tahun, 25 tahun, dan 20 tahun tidak proporsional (*disproporsionate*) dengan pegawai yang masa kerjanya 10 tahun dan 15 tahun.

d. Cluster sampling

“Digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk suatu negara, provinsi, atau kabupaten” (Sugiyono, 2012:119).

Contoh 1 > Populasi penelitian adalah **konsumen retail modern** di seluruh Indonesia.

Karena Indonesia terdiri dari 34 provinsi, maka pengambilan sampel dapat menetapkan kriteria tertentu, sehingga hanya beberapa provinsi saja yang dijadikan sampel.

Misalnya dengan menetapkan kriteria wilayah, yakni

- Indonesia bagian barat diwakilkan oleh Provinsi Sumatera Barat

- Indonesia bagian tengah diwakilkan oleh Provinsi DKI Jakarta
- Indonesia bagian timur diwakilkan oleh Provinsi Bali.

Non Probability Sampling

Menurut Sugiyono (2012:20-121) “adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

a. Systematic sampling

“adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut” (Sugiyono, 2012:121).

Contoh > Populasi penelitian adalah **pelanggan kafe Unnormal**

Setiap pelanggan diberikan nomor urut/antri dan dalam pengambilan sampel ditetapkan kelipatan 5. Maka peneliti hanya akan melakukan wawancara atau memberikan kuesioner kepada pelanggan yang mengambil nomor urut ganjil dengan kelipatan 5, yaitu:

Pelanggan nomor urut 1

Pelanggan nomor urut 5

Pelanggan nomor urut 10

Pelanggan nomor urut 15

Pelanggan nomor urut 20

dan seterusnya...

b. Purposive/ Judgment sampling

“Adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu” (Sugiyono, 2012:122).

Contoh 1 > Kajian yang diteliti tentang kepuasan pelanggan, maka responden yang dijadikan sumber data adalah pelanggan yang rutin berbelanja.

Contoh 2 > Kajian yang diteliti tentang budaya organisasi, maka responden yang dijadikan sumber data adalah pegawai senior

c. Accidental/Convenience sampling

“adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, atau siapa saja yang secara kebetulan/ insidensial bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data”.

Contoh 1 > Populasi penelitian adalah **konsumen** toko retail modern
 Karena banyaknya konsumen, maka yang dijadikan sampel adalah konsumen yang sedang berbelanja dan bersedia dijadikan responden.

Contoh 2 > Populasi penelitian adalah **karyawan** pabrik
 Karena banyaknya karyawan, maka yang dijadikan sampel adalah karyawan yang ditemui dan bersedia menjadi responden.

d. Quota sampling

“adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan” (Sugiyono, 2012:122).

e. Sensus (jenuh) sampling

“adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah sampel relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil” (Sugiyono, 2012:122-123).

f. Snowball Sampling

“adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding yang lama-lama menjadi besar” (Sugiyono, 2012:123).

Rumus-rumus Penentuan Jumlah Sampel
 Anda dapat memilih salah satu pendapat ahli di bawah ini

Ahli	Rumus
<p>Isaac dan Michael (Sugiyono, 2012:124)</p> <p>Rumus ini dapat menghitung jumlah sampel mulai dari 10 sampai dengan 1.000.000</p>	<p>Tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%</p> $s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$ <p>Keterangan: λ^2 dengan dk = 1lihat tabel Chi Square jika ingkat kesalahan 1% maka nilai λ^2 6.635 jika ingkat kesalahan 5% maka nilai λ^2 3.841 jika ingkat kesalahan 10% maka nilai λ^2 2.706 s = Jumlah sampel N = Jumlah populasi P = 0.5 Q = 0.5 d = 0.05</p> <p align="center">Contoh</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah populasi karyawan pabrik sebanyak 300 orang - Tingkat kesalahan 5% $s = \frac{(3.841 \times 300) \times (0.5 \times 0.5)}{0.05^2 (300 - 1) + 3.841 \times (0.5 \times 0.5)}$ $s = \frac{1152.3 \times 0.25}{0.0025 (299) + 3.841 \times 0.25}$ $s = \frac{288.075}{0.7475 + 0.96025}$ $s = \frac{288.075}{1.70775} = 168.68 > 169 \text{ (dibulatkan)}$
<p>Taro Yamane (Riduwan & Ekngkos, 2011:44)</p> <p>Rumus ini digunakan untuk menghitung populasi yang sudah diketahui jumlahnya</p>	<p>Tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%</p> $n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$ <p>Keterangan: n = Jumlah sampel N = Jumlah Populasi d = presisi yang ditetapkan</p>

	<p style="text-align: center;">Contoh</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah populasi karyawan pabrik sebanyak 300 orang - Presisi yang ditetapkan 5% $n = \frac{300}{300 \times 0.05^2 + 1}$ $n = \frac{300}{300 \times 0.0025 + 1}$ $n = \frac{300}{0.75 + 1}$ $n = \frac{300}{1.75} = 171$
<p>Surakhmad (Riduwan & Ekngkos, 2011:45)</p> <p>Rumus ini digunakan untuk menghitung populasi yang sudah diketahui jumlahnya (minimal 1000)</p>	<p>Jika populasi 1000 atau ke atas maka ukuran sampel 15% dengan rumus:</p> $S = 15\% + \frac{1000 - n}{1000 - 100} \times (50\% - 15\%)$ <p>Keterangan: S = Jumlah sampel yang diambil n = Jumlah anggota populasi</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah populasi karyawan pabrik sebanyak 1300 orang $S = 15\% + \frac{1000 - 1300}{1000 - 100} \times (50\% - 15\%)$ $S = 15\% + \frac{-300}{900} \times 35\% = 26.7\%$ $S = 26.7\% \times 1300 = 347$
<p>Wibisono (Riduwan & Ekngkos, 2011:50)</p> <p>Rumus ini digunakan untuk menghitung populasi yang tidak diketahui jumlahnya</p>	$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right]^2$ <p>Keterangan: n = Jumlah sampel $Z_{\alpha/2} = 1.96$ (diperoleh dari tabel distribusi normal dengan tingkat keyakinan 95%) $\sigma =$ Standar deviasi 25% (0.25) e = error (tingkat kesalahan 5%)</p>

	<p style="text-align: center;">Contoh</p> <p>Penelitian tentang kualitas pelayanan pada pengunjung pasar swalayan modern (Superindo/ Ramayana/ Giant, dan lain sebagainya), di mana jumlah pengunjung tidak diketahui dengan pasti, maka kita menggunakan rumus di atas.</p> $n = \left[\frac{1.96 \times 0.25}{0.05} \right]^2$ $n = \left[\frac{0.49}{0.05} \right]^2$ $n = [9.8]^2 = 96$
<p>Cochran (Riduwan & Ekngkos, 2011:58-59)</p> <p>Cara menggunakan rumus ini wajib melibatkan karakteristik populasi (misalnya jenis kelamin)</p>	<p style="text-align: center;">Rumus tahap ke-1</p> $n(\min) = \left[\frac{(t^2 pq)}{d^2} \right] / \left[1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right) \right]$ <p>Keterangan: n(min) = Jumlah sampel minimal N = ukuran populasi t = tingkat kepercayaan (digunakan 0,95 sehingga nilai t = 1,96) d = taraf kesalahan (digunakan 0,05) p = proporsi dari karakteristik populasi q = 1 - p</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <p>Populasi penelitian adalah pegawai PT Unpam Tbk yang berjumlah 1000 orang yang terdiri dari 200 pegawai wanita dan 800 pegawai laki-laki. Maka: Nilai p = 0.2 (200/1000) Nilai q = 0.8 (1 - 0.2)</p> $n(\min) = \left[\frac{(1.96)^2 (0.2 \times 0.8)}{0.05^2} \right] / \left[1 + \frac{1}{1000} \left(\frac{(1.96)^2 (0.2 \times 0.8)}{0.05^2} - 1 \right) \right]$ $n(\min) = \left[\frac{3.8416 \times 0.16}{0.0025} \right] / \left[1 + \frac{1}{1000} \left(\frac{3.8416 \times 0.16}{0.0025} - 1 \right) \right]$

	$n(\min) = \left[\frac{0.614656}{0.0025} \right] / \left[1 + \frac{1}{1000} \left(\frac{0.614656}{0.0025} - 1 \right) \right]$ $n(\min) = [245.8624] / \left[1 + \frac{1}{1000} (245.8624 - 1) \right]$ $n(\min) = [245.8624] / [1 + 0.001 (244.8624)]$ $n(\min) = [245.8624] / [1 + 0.2448624]$ $n(\min) = \frac{245.8624}{1.2448624} = 197$ <p>Lanjut</p> <p style="text-align: center;">Rumus tahap ke-2</p> $n(\text{har}) = \frac{n(\min)}{(0.95 \times 0.95)}$ <p style="text-align: center;">maka,</p> $n(\text{har}) = \frac{197}{(0.95 \times 0.95)}$ $n(\text{har}) = \frac{197}{0.9025} = 218$ <p>Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah pegawai PT Unpam Tbk yang dijadikan sampel adalah sebanyak 218 orang</p>
<p>Slovin (Husein Umar, 2008:78)</p> <p>Rumus ini digunakan untuk menghitung populasi yang sudah diketahui jumlahnya</p>	<p>Tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%</p> $n = \frac{N}{(1 + N \cdot e^2)}$ <p>Keterangan:</p> <p>n = Jumlah sampel N = Jumlah populasi e = error (tingkat kesalahan)</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah populasi karyawan pabrik sebanyak 300 orang - Tingkat kesalahan yang ditetapkan 5% $n = \frac{300}{1 + 300 (0.05)^2}$ $n = \frac{300}{1 + (300 \times 0.0025)}$ $n = \frac{300}{1 + 0.75}$ $n = \frac{300}{1.75} = 171$

<p>Lemeshow Riyanto & Hatmawan (2020:13-14)</p> <p>Digunakan untuk menghitung jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti</p>	$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P (1 - P)}{d^2}$ <p>Keterangan: n = Jumlah sampel Z = 1.96 (skor Z pada tingkat kepercayaan 95%) P = 50% (maksimal estimasi) d = Tingkat ketelitian (1%, 5%, 10%)</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <p>Penelitian tentang kualitas pelayanan pada pengunjung pasar swalayan modern (Superindo/ Ramayana/ Giant, dan lain sebagainya), di mana jumlah pengunjung tidak diketahui dengan pasti, maka kita menggunakan rumus di atas dg tingkat kesalahan 5%</p> $n = \frac{(1.96)^2 0.5(1 - 0.5)}{0.05^2}$ $n = \frac{3.8416 \times 0.25}{0.0025}$ $n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384$
<p>Gay dan Diehl Riyanto & Hatmawan (2020:14)</p>	<p>Menyatakan ukuran sampel sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian deskriptif sampelnya 10% dari populasi 2. Penelitian korelasional paling sedikit sampelnya 30 elemen populasi 3. Penelitian perbandingan kausal sampelnya 30 elemen per kelompok 4. penelitian eksperimen sampelnya 15 elemen per kelompok

Krejcie & Morgan

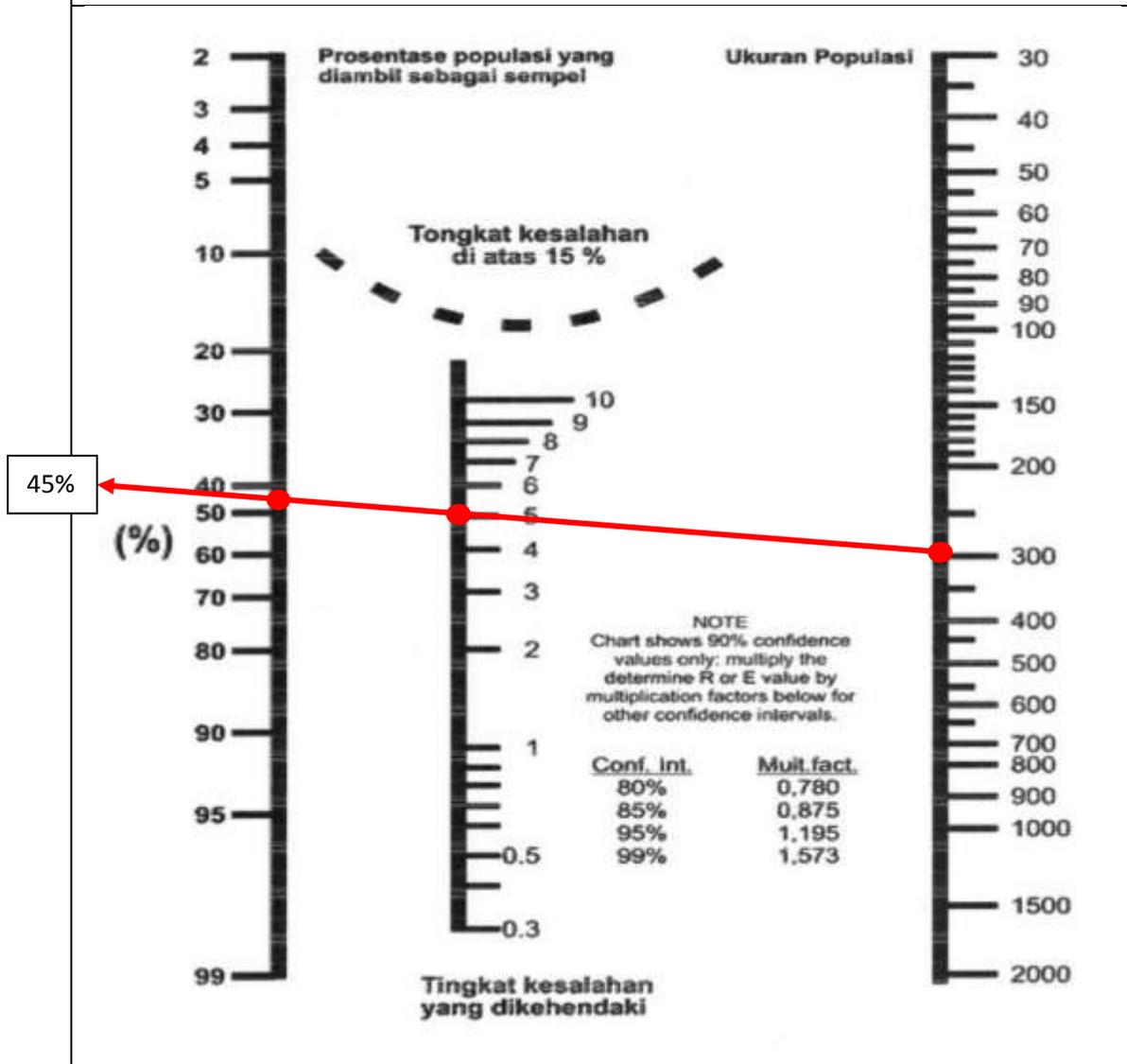
Riyanto & Hatmawan (2020:15)

Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

Nomogram Harry King

(Sugiyono, 2012:127)

Digunakan untuk menentukan ukuran populasi dari 30 sampai dengan 2000



45%

LIHAT DIAGRAM DI ATAS

Cara menggunakan diagram di atas yaitu:

1. Menarik garis dari titik populasi sebelah kanan (contoh 300)
2. Garis ditarik ke arah tingkat kesalahan posisi di tengah (contoh 5%)
3. Kemudian kita dapatkan persentase dari titik garis sebelah kiri (contoh 45% /kira-kira/ kurang lebih)
4. Kemudian hitung dengan rumus

$$n = (\%) \times N \times \text{Multiplication Factors}$$

<p>Keterangan:</p> <p>n = Jumlah sampel</p> <p>N = Jumlah populasi</p> <p>Multiplication Factors = Tingkat kesalahan (1% = 1.573); (5% = 1.195); (15% = 0.875); (20% = 0.780)</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah populasi karyawan pabrik sebanyak 300 orang - Tingkat kesalahan yang ditetapkan 5% (1.195) - Berdasarkan diagram di atas, maka diperoleh persentase 45% (0.45) $n = 0.45 \times 300 \times 1.195$ $n = 161$

Berapakah jumlah sampel yang ideal?

Mari kita simak pendapat para ahli.....!

Ahli	Pendapat dan Teori
<p>Dalam (Untari, 2018:87)</p>	<p>Penjelasan ini secara khusus merujuk pada analisis multivariat, dalam penjelasan ini adalah Multidimensional Scaling</p> <p>“Nargendher (2003: 385) dan Garson (2011) menyatakan tidak ada syarat minimal jumlah sampel untuk MDS”</p> <p>“Menurut pendekatan Maholtra (1996) dan Yunarwanto (2010), jumlah sampel untuk penelitian yang menggunakan MDS adalah empat atau lima kali dari jumlah variabel atau variabel yang diteliti”</p> <p>“Hair (1995) menyatakan menyatakan tidak ada kriteria tunggal untuk menentukan ukuran sampel. Namun ia menganjurkan bahwa dalam analisis multivariat, minimal jumlah sampel yang diambil adalah sebesar 10 kali jumlah indikator yang diestimasi”</p>
<p>Dalam (Riduwan & Engkos, 2011:54-56)</p>	<p>Penjelasan ini secara khusus merujuk pada analisis multivariat, dalam penjelasan ini adalah Model Persamaan Struktural (Structural Equation Modeling/ SEM)</p> <p>“Menurut Schumaker & Lomax (1996) minimal ukuran sampel untuk penelitian SEM adalah 100”</p> <p>“Menurut Kelloway (1998) minimal ukuran sampel untuk</p>

	<p>penelitian SEM adalah 200”</p> <p>Menurut Joreskog dan Sorbom (1996:32) minimal jumlah sampel adalah dengan melihat banyaknya variabel</p> <table border="1" data-bbox="564 365 1390 672"> <thead> <tr> <th>Jumlah Variabel</th> <th>Minimal sampel</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3</td> <td>200</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>200</td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>200</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>360</td> </tr> <tr> <td>20</td> <td>630</td> </tr> <tr> <td>25</td> <td>975</td> </tr> <tr> <td>30</td> <td>1395</td> </tr> </tbody> </table> <p>Menurut Hair (1998:605) “menyatakan tidak ada kriteria tunggal untuk menentukan ukuran sampel dalam SEM, namun perlu diperhatikan rasio sampel terhadap indikator agar mencapai rasio 15”.</p> <p>Contoh: anda memiliki 3 variabel penelitian dan setiap indikator memiliki 2 indikator</p> <table border="1" data-bbox="564 1023 1390 1400"> <thead> <tr> <th>Variabel</th> <th>Indikator</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Kompensasi</td> <td>Gaji Tunjangan</td> </tr> <tr> <td>Disiplin kerja</td> <td>Kehadiran Kepatuhan</td> </tr> <tr> <td>Kinerja</td> <td>Hasil kerja Perilaku kerja</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Jumlah indikator 6, Maka jumlah sampel penelitian adalah 90 (6 indikator x 15)</td> </tr> </tbody> </table>	Jumlah Variabel	Minimal sampel	3	200	5	200	10	200	15	360	20	630	25	975	30	1395	Variabel	Indikator	Kompensasi	Gaji Tunjangan	Disiplin kerja	Kehadiran Kepatuhan	Kinerja	Hasil kerja Perilaku kerja	Jumlah indikator 6, Maka jumlah sampel penelitian adalah 90 (6 indikator x 15)	
Jumlah Variabel	Minimal sampel																										
3	200																										
5	200																										
10	200																										
15	360																										
20	630																										
25	975																										
30	1395																										
Variabel	Indikator																										
Kompensasi	Gaji Tunjangan																										
Disiplin kerja	Kehadiran Kepatuhan																										
Kinerja	Hasil kerja Perilaku kerja																										
Jumlah indikator 6, Maka jumlah sampel penelitian adalah 90 (6 indikator x 15)																											
<p>Baley (Yunus, dkk., 2019:72)</p>	<p>“Menyatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30”</p>																										
<p>Cohen, et.al, (2007:101) dalam (Yunus, dkk., 2019:72)</p>	<p>“Semakin besar sampel dan besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel”</p>																										
<p>Santoso (2007:66)</p>	<p>Penjelasan ini secara khusus merujuk pada analisis multivariat, dalam penjelasan ini adalah Model Persamaan Struktural (Structural Equation Modeling/ SEM)</p> <p>“Metode estimasi yang paling populer dalam analisis</p>																										

	<p>SEM adalah Maximum Likelihood (ML). Metode ML. akan efektif pada jumlah sampel antara 150 data sampai 400 data. Secara umum jumlah sampel yang diperlukan dalam SEM adalah”:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Untuk model SEM dengan jumlah variabel Laten (konstruk) sampai dengan Lima buah, dan setiap konstruk dijelaskan oleh tiga atau lebih indikator, jumlah sampel 100 - 150 data sudah dianggap memadai”. 2. “Namun jika pada kondisi di atas korelasi antara indikator dengan konstruk tidak kuat (di bawah 0,6), jumlah sampel sebaiknya perlu ditingkatkan sampai 300 data”. 3. “Pada model yang sangat kompleks, seperti terdapat lebih dari enam konstruk, atau ada konstruk dengan jumlah indikator kurang dari tiga per konstruk, jumlah sampel sebaiknya mencapai 500 data”. <p>“Namun demikian, pedoman di atas tentu tidak mengikat, karena dalam praktek pengumpulan sampel juga terkendala oleh tenaga, dana, waktu dan ciri-ciri populasi yang tidak memungkinkan tersedianya sampel dalam jumlah memadai”.</p>																
<p>Roscoe (Riyanto Hatmawan, 2020:14)</p>	<p>& Mengemukakan pendapatnya tentang idealnya jumlah sampel;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sebaiknya jumlah sampel antara 30 – 500 elemen 2. Jika jumlah sampel dipecah lagi ke dalam sub sampel, maka jumlah minimal setiap sub sampel harus 30. <p>Contoh 1</p> <table data-bbox="603 1249 1018 1361"> <tr> <td>Bagian keuangan</td> <td>= 32</td> </tr> <tr> <td>Bagian pemasaran</td> <td>= 45</td> </tr> <tr> <td>Bagian keamanan</td> <td>= 30</td> </tr> </table> <p>Contoh 2</p> <table data-bbox="603 1435 1034 1507"> <tr> <td>Nasabah prioritas</td> <td>= 30</td> </tr> <tr> <td>Nasabah biasa</td> <td>= 125</td> </tr> </table> <p>Contoh 3</p> <table data-bbox="603 1581 1018 1693"> <tr> <td>Sektor perbankan</td> <td>= 30</td> </tr> <tr> <td>Sektor tambang</td> <td>= 45</td> </tr> <tr> <td>Sektor retail</td> <td>= 36</td> </tr> </table> <ol style="list-style-type: none"> 3. Pada penelitian multivariat (termasuk analisis regresi multivariat) ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variabel yang akan dianalisis. <p>Contoh variabel penelitian ada 3 maka jumlah sampel penelitian adalah 30 (3 variabel x 10)</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Untuk penelitian eksperimen sederhana dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel berkisar 10 	Bagian keuangan	= 32	Bagian pemasaran	= 45	Bagian keamanan	= 30	Nasabah prioritas	= 30	Nasabah biasa	= 125	Sektor perbankan	= 30	Sektor tambang	= 45	Sektor retail	= 36
Bagian keuangan	= 32																
Bagian pemasaran	= 45																
Bagian keamanan	= 30																
Nasabah prioritas	= 30																
Nasabah biasa	= 125																
Sektor perbankan	= 30																
Sektor tambang	= 45																
Sektor retail	= 36																

	sampai dengan 20 elemen
Simamora (2005:108)	<p>Penjelasan ini secara khusus merujuk pada analisis multivariat, dalam penjelasan ini adalah analisis faktor</p> <p>“Tidak ada ukuran sampel minimal yang diterima dalam analisis faktor. Sebaiknya ukuran sampel berjumlah 100 atau lebih. Namun ketentuan ini tidak mutlak. Sebagai aturan umum, jumlah responden minimal (kadang-kadang juga disebut kasus atau observasi, penulis) adalah tiga kali jumlah variabel. Jadi, kalau ada lima variabel, jumlah responden minimal adalah 15 orang. Lebih baik lagi kalau rasionya adalah satu banding sepuluh. Bahkan, ada peneliti yang menginginkan perbandingan 1: 20”</p>
Muninjaya (2003:23)	<p>Asumsi dari pendapat ini adalah, populasi sudah diketahui jumlahnya.</p> <p>“Dengan rumus menghitung sampel akan didapatkan jumlah minimal sampel. Dalam hal ini harus dipikirkan kemungkinan berkurangnya jumlah sampel setelah pengumpulan data karena responden menolak diwawancarai atau tidak ada di rumah saat dikunjungi. Guna mengatasi kemungkinan tersebut, jumlah sampel dapat ditambah 5-10% sebelum data dikumpulkan, tergantung dan perkiraan sampel yang tak memenuhi persyaratan atau tidak dijumpai saat dikunjungi”</p>
Nursalam (2008:236)	<p>“Populasi adalah seluruh subjek atau data dengan karakteristik tertentu yang akan diteliti. Sampel adalah bagian dan populasi yang diteliti. Agar hasil dapat dianalisa dengan uji statistik untuk penelitian kuantitatif, jumlah minimal 30 sampel”.</p>
Gay dan Diehl (Riyanto Hatmawan, 2020:14) &	<p>Menyatakan ukuran sampel sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian deskriptif sampelnya 10% dari populasi 2. Penelitian korelasional paling sedikit sampelnya 30 elemen populasi 3. Penelitian perbandingan kausal sampelnya 30 elemen per kelompok 4. penelitian eksperimen sampelnya 15 elemen per kelompok

18. Teknik Pengumpulan Data

Buku pedoman menjelaskan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

“Menjelaskan secara definitif teknik pengumpulan data, mengemukakan teknik yang digunakan, dan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian”. (halaman 15 dan 31)

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pengerjaannya dalam skripsi mencakup 3 (tiga) hal, di antaranya:

- a. Menyebutkan dan menjelaskan teknik pengumpulan data yang digunakan
- b. Menyebutkan dan menjelaskan jenis teknik pengumpulan data yang digunakan
- c. Menyebutkan dan menjelaskan jenis skala yang digunakan.

CONTOH TEKNIK PENGUMPULAN DATA

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini menggunakan dua macam data yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Umar Husein (2012:99) berpendapat bahwa data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Adapun metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer ini antara lain:

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh periset untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan.

b. Observasi

Merupakan pengamatan langsung terhadap unit analisis yang telah

<p style="text-align: center;">ditetapkan</p> <p>2. Data Sekunder</p> <p style="padding-left: 40px;">Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya melainkan dari pihak lain. Metode dalam pengumpulan data sekunder tersebut antar lain:</p> <p>a. Dokumentasi</p> <p style="padding-left: 40px;">Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengutip langsung data yang telah diperoleh dari perusahaan, yang terdiri dari: profil, sejarah perusahaan dan lain sebagainya.</p> <p>b. Studi kepustakaan</p> <p style="padding-left: 40px;">Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara peneliti mendalami, menelaah, mencermati, dan mengidentifikasi pengetahuan yang ada dalam kepustakaan (sumber bacaan, buku-buku referensi atau hasil penelitian lain) untuk menunjang penelitian.</p>

Jenis-jenis Pengumpulan Data

Ketentuan	Keterangan
<p>Data berdasarkan sifat data</p> <p>Riyanto & Hatmawan (2020:26-27)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Data diskrit "data yang berbentuk bilangan bulat atau data nominal, misalnya: laki-laki diberi tanda 1 dan perempuan diberi tanda 2". 2. Data kontinyu "data yang diperoleh dengan cara mengukur dan dapat berbentuk bilangan bulat atau pecahan"
<p>Data berdasarkan Sumbernya</p> <p>Riyanto & Hatmawan (2020:27)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Data internal "data yang menggambarkan kondisi organisasi secara umum maupun khusus, misalnya: jumlah karyawan, jumlah pelanggan, jumlah laba dan sebagainya" 2. Data eksternal "data yang diperoleh di luar organisasi yang diteliti, misalnya: data persepsi pelanggan, data kepuasan pelanggan, data minat pelanggan dan sebagainya"
<p>Data menurut cara mendapatkannya</p> <p>Riyanto & Hatmawan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Primer "data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui kegiatan observasi, wawancara, kuesioner atau cara lainnya" 2. Sekunder "data yang diperoleh secara tidak langsung dan

Ketentuan	Keterangan
(2020:27)	diperoleh dan pihak tertentu yang telah mengumpulkan data tersebut”
<p>Data menurut waktu pengumpulannya</p> <p>Riyanto & Hatmawan (2020:27-28)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Data cross section “data yang dikumpulkan atau diperoleh dengan kurun waktu yang bersamaan. Data cross section banyak dilakukan dengan cara instrumen kuesioner yang terdiri dari berbagai variabel penelitian” 2. Data time series ““data yang dikumpulkan atau diperoleh dengan kurun waktu tertentu dan dalam periode tertentu, misalnya: data penjualan tahun 2015-2018. Data observasi jumlah kendaraan bermotor yang melewati jalan protokol selama 1 minggu, dan sebagainya”
<p>Data menurut sifatnya</p> <p>Riyanto & Hatmawan (2020:28)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Data kualitatif “data yang berupa uraian atau tidak berbentuk angka maupun berbentuk angka yang biasa diperoleh melalui kegiatan wawancara atau observasi langsung dan pengolahan data dilakukan dengan cara analisis deskriptif non statistik”. 2. Data kuantitatif “data yang berupa angka yang biasa diperoleh melalui penyebaran kuesioner, observasi langsung atau dokumentasi dan pengolahan data dilakukan dengan cara analisis statistik. Misalnya, data penjualan produk, data laporan keuangan, dan sebagainya”
<p>Jenis- jenis pengumpulan data</p> <p>Riyanto & Hatmawan (2020:28-29)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kuesioner “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab” 2. Observasi “adalah pengumpulan data secara langsung di objek yang diteliti. Observasi ini tidak hanya dalam bentuk angket atau kuesioner, akan tetapi dapat juga berbentuk lembar ceklist, buku catatan, foto atau video dan sejenisnya” 3. Wawancara “Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui tatap muka atau tanya jawab antara pengumpul data (enumerator) atau peneliti dengan nara sumber”

Ketentuan	Keterangan
	<p>4. Dokumentasi “data yang terkumpul atau dikumpulkan dari peristiwa masa lalu. Data dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, karya, hasil observasi atau wawancara dan sebagainya.</p>
<p>Jenis-jenis skala pengukuran Riyanto & Hatmawan (2020:23-24)</p>	<p>1. Skala Nominal “Skala nominal tidak memiliki arti atau tidak menunjukkan tingkatan dan hanya digunakan sebagai label atau penanda saja”. Contohnya: - Jenis kelamin laki-laki diberi label 1; - Jenis kelamin perempuan diberi label 2.</p> <p>2. Skala Ordinal “Skala ordinal merupakan skala berjenjang yang menyatakan peringkat, akan tetapi peringkat tersebut tidak menunjukkan jarak antar peringkat” Contohnya: IPK Mahasiswa - Nilai 80 – 100 = A - Nilai 70 – 79 = B - Nilai 60 – 69 = C - < 59 = Tidak Lulus</p> <p>3. Skala Interval “Skala interval memiliki interval atau jarak satu data dengan data yang lainnya memiliki bobot nilai yang sama dan tidak menjelaskan tingkatan”. Contohnya: Pendapat - Tidak setuju bernilai 1 - Kurang setuju bernilai 2 - Setuju bernilai 3</p> <p>4. Skala Rasio “Skala rasio memiliki titik nol mutlak dan nilai dalam skala rasio dapat dibagi, dikali, dijumlah atau dikurangi”. Contohnya: Budi memiliki umur 12 tahun dan Andi memiliki umur 6 tahun, Maka umur Budi dua kali umur Andi</p>
<p>Bentuk-bentuk skala pengukuran Riduwan & Engkos</p>	<p>1. Skala Likert “digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang kejadian sosial”</p>

Ketentuan	Keterangan
(2011, 20-29)	<p style="text-align: center;">Contoh</p> <p>Setuju = 3 Kurang Setuju = 2 Tidak Setuju = 1</p> <p>2. Skala Guttman “skala yang digunakan untuk jawaban yang bersifat jelas dan konsisten”</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <p>Yakin = 1 Tidak Yakin = 2</p> <p>3. Skala diferensial semantik “disebut juga skala perbedaan semantik yang berisikan serangkaian karakteristik dua kutub (bipolar)”</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <p style="text-align: center;"> Bodoh ← 0 — 1 — 2 — 3 — 4 — 5 → Cerdas </p> <p>4. Skala Rating “data mentah yang didapat berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif”</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <p>Anda memberikan nilai 5 untuk sangat puas Anda memberikan nilai 4 untuk puas Anda memberikan nilai 3 untuk cukup puas Anda memberikan nilai 2 untuk kurang puas Anda memberikan nilai 1 untuk tidak puas</p> <p>5. Skala Thurstone “meminta responden untuk memilih pertanyaan yang ia setujui dari beberapa pertanyaan yang menyajikan pandangan yang berbeda-beda”</p> <p style="text-align: center;">Contoh</p> <p>Sebagai seorang mahasiswa, pilih pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan anda:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Saya suka menyontek ketika ujian b. Saya kurang memperhatikan dosen saat menjelaskan materi c. Saya memainkan hp / ngobrol ketika belajar d. Saya suka menyalin jawaban teman ketika belajar daring (e-learning) e. Saya suka terlambat

19. Teknik Analisis Data

Buku pedoman menjelaskan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

“Menjelaskan secara definitif teknik analisis apa yang digunakan dan mengemukakan seluruh analisis yang diperlukan di dalam menguji dan memaparkan data hasil penelitian secara sistematis (pengujian dilakukan bertahap berdasarkan kaidah keilmuan)”

(Halaman 16 dan 31-32)

Pada sub bab ini diwajibkan mengemukakan metode analisis yang digunakan beserta rangkaian analisisnya.

**Sistematika Analisis Data
Manajemen SDM dan Manajemen Pemasaran**

Analisis Regresi Linear Sederhana	Analisis Regresi Linear Berganda
<p>3.6 Teknik Analisis Data Rangkaian analisis terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Uji validitas 3. Uji reliabilitas 4. Uji asumsi klasik 5. Uji Hipotesis 	<p>3.6 Teknik Analisis Data Rangkaian analisis terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Uji validitas 3. Uji reliabilitas 4. Uji asumsi klasik 5. Uji parsial 6. Uji simultan 7. Uji koefisien determinasi

**Sistematika Analisis Data
Manajemen Keuangan**

Analisis Regresi Linear Sederhana	Analisis Regresi Linear Berganda
<p>3.6 Teknik Analisis Data Rangkaian analisis terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Uji asumsi klasik 3. Uji Hipotesis 	<p>3.6 Teknik Analisis Data Rangkaian analisis terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Uji asumsi klasik 3. Uji parsial 4. Uji simultan 5. Uji koefisien determinasi

Sistematika Analisis Data
Manajemen SDM dan Manajemen Pemasaran

Analisis Korelasi Sederhana & Ganda	Analisis Komparasi Dua atau Lebih Variabel
<p>3.6 Teknik Analisis Data</p> <p>Rangkaian analisis terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Uji validitas 3. Uji reliabilitas 4. Uji normalitas 5. Uji hipotesis 	<p>3.6 Teknik Analisis Data</p> <p>Rangkaian analisis terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Uji validitas 3. Uji reliabilitas 4. Uji normalitas 5. Uji hipotesis

Sistematika Analisis Data
Manajemen Keuangan

Analisis Korelasi Sederhana & Ganda	Analisis Komparasi Dua atau Lebih Variabel
<p>3.6 Teknik Analisis Data</p> <p>Rangkaian analisis terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Uji normalitas 3. Uji hipotesis 	<p>3.6 Teknik Analisis Data</p> <p>Rangkaian analisis terdiri dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis deskriptif 2. Uji normalitas 3. Uji hipotesis

CONTOH Manajemen SDM & Pemasaran
(Analisis Regresi Sederhana)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Trevers, 1978 dalam Husein, 2012:81). Adapun tahapan analisis terdiri dari:

1. Analisis deskriptif
2. Uji validitas
3. Uji reliabilitas
4. Uji asumsi klasik
5. Uji hipotesis

CONTOH Manajemen SDM & Pemasaran
(Analisis Regresi Berganda)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Trevers, 1978 dalam Husein, 2012:81). Adapun tahapan analisis terdiri dari:

1. Analisis deskriptif
2. Uji validitas
3. Uji reliabilitas
4. Uji asumsi klasik
5. Uji parsial
6. Uji simultan
7. Uji koefisien determinasi

CONTOH Manajemen Keuangan
(Analisis Regresi Sederhana)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Trevers, 1978 dalam Husein, 2012:81). Adapun tahapan analisis terdiri dari:

1. Analisis deskriptif
2. Uji asumsi klasik
3. Uji Hipotesis

CONTOH Manajemen Keuangan
(Analisis Regresi Berganda)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3 Operasional Variabel Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu (Trevers, 1978 dalam Husein, 2012:81). Adapun tahapan analisis terdiri dari:

1. Analisis deskriptif
2. Uji asumsi klasik
3. Uji parsial
4. Uji simultan
5. Uji koefisien determinasi

Kumpulan Teori Teknik Analisis Data

	Teori
Analisis deskriptif	<p>Menurut Irawan (2004) dalam Baroroh (2008) “Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang bertujuan mendeskripsikan atau menjelaskan sesuatu hal apa adanya. Biasanya parameter analisis deskriptif adalah mean, median, modus (mode), frekuensi, persentase, persentil, dan sebagainya”</p> <p>Menurut Muchson (2017:6-7) “Statistika deskriptif membahas cara-cara pengumpulan, peringkasan, penyajian data sehingga diperoleh informasi yang lebih mudah dipahami. Informasi yang dapat diperoleh dengan statistika deskriptif antara lain pemusatan data (mean, median, modus), penyebaran data (range, simpangan rata-rata, varians dan simpangan baku), kecenderungan suatu gugus data, ukuran letak (kuartil, desil dan per sentil)”</p> <p>Menurut Purwoto (2007:1) “Analisis data deskriptif adalah cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum/generalisasi”</p>
Uji validitas	<p>Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:63) “Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur”</p> <p>Menurut Sugiyono (2012:172), “valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”</p> <p>Salah satu Teknik yang digunakan untuk menguji validitas instrumen adalah menggunakan rumus korelasi <i>product moment</i>:</p> <p style="text-align: center;">Korelasi Sederhana</p> $r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$ <p>Sumber : Sugiyono (2012:248)</p>

	<p style="text-align: center;">Korelasi Sederhana</p> $r_{xy} = \frac{n (\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$ <p>Sumber : Sugiyono (2012:248)</p> <p>Keterangan:</p> <p>r_{xy} = Nilai Koefisien Korelasi antara X dan Y n = Jumlah responden x = Variabel bebas (Disiplin kerja) y = Variabel terikat (Kinerja) $\sum x$ = Jumlah skor variabel X $\sum y$ = Jumlah skor variabel Y $\sum xy$ = Jumlah perkalian variabel X dan variabel Y $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor variabel X $\sum y^2$ = Jumlah skor variabel Y</p> <p>Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:64) Pengujian instrumen dilakukan untuk memperoleh hasil yang terarah dengan kriteria sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid
<p>Uji reliabilitas</p>	<p>Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:75), “Reliabilitas alat ukur adalah ketetapan atau keajegan alat tersebut dalam mengukur apa yang diukurinya. Artinya, kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil ukur yang sama”. “Untuk pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai Cronbach Alpha (a), di mana suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha (a) > 0,7 (Ghozahi, 2016)”. Rumus uji reliabilitas adalah sebagai berikut (Riyanto & Hatmawan (2020:75):</p> $r = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma b^2} \right)$ <p>Keterangan:</p> <p>r = Nilai reliabilitas instrumen $\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir σb^2 = Varian total k = Jumlah item pertanyaan</p>

Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) “uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. Untuk menguji normalitas data dapat menggunakan metode grafik probability plot, nilai Z (Skewness dan Kurtosis), dan Kolmogorov-Smirnov.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), “uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. “untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut”:

- a. Melihat nilai R^2 yang dihasilkan sangat tinggi
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen yang memiliki nilai cukup tinggi (biasanya di atas 0.90)
- c. Melihat nilai tolerance (Tolerance \leq 0.10) dan varince inflation factor (VIF \geq 10)

3. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018:111), “uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya)”. pengujian autokorelasi dapat menggunakan statistik uji Durbin – Watson (DW test). Keputusan ada atau tidaknya otokorelasi dapat dilihat pada tabel di bah ini:

Jika	Keputusan
$0 < d < dl$	Tidak ada autokorelasi positif
$dl \leq d \leq du$	Tidak ada autokorelasi positif
$4-dl < d < 4$	Tidak ada korelasi negatif
$4-du \leq d \leq 4-dl$	Tidak ada korelasi negatif
$du < d < 4-du$	Tidak ada autokorelasi positif atau negatif

Sumber: Ghozali (2018:112)

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), “uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain”. Ada beberapa cara yang dilakukan untuk mendeteksi ada atau

	<p>tidaknya heteroskedastisitas, di antaranya:</p> <ol style="list-style-type: none"> Melihat grafik plot (ZPRED dengan residualnya SRESID) Uji park Uji glejser Uji White <p>5. Uji Linearitas</p> <p>Menurut Ghozali (2018:167), “uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak”. Ada beberapa uji yang dapat digunakan untuk melihat linearitas suatu model regresi, di antaranya:</p> <ol style="list-style-type: none"> Uji Durbin-Watson Ramsey test Uji Lagrange Multiplier
<p>Regresi sederhana</p> <p style="text-align: right;">linear</p>	<p>Menurut Sugiyono (2012:270), “regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Berikut persamaan regresi sederhana:</p> $Y = a + bX$ <p>Keterangan: Y = Variabel dependen (terikat) a = konstanta b = koefisien pengaruh X = Variabel independen (bebas)</p> <p>Persamaan di atas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2012:272):</p> $a = \frac{(\sum X)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$ $b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum Y)^2}$
<p>Regresi berganda</p> <p style="text-align: right;">linear</p>	<p>Menurut Sugiyono (2012:270), “regresi berganda digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya)”. Berikut persamaan regresi berganda:</p> $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots\dots\dots b_nX_n$ <p>Keterangan: Y = Variabel dependen (terikat)</p>

	<p>a = konstanta b = koefisien pengaruh X = Variabel independen (bebas)</p>
<p>Uji parsial (uji statistik t)</p>	<p>Menurut Ghozali (2018:98) “uji statistik t disebut juga sebagai uji signifikan parameter individual yang bertujuan menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Berikut kriteria pengujian statistik t:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ho : bi = 0 tidak ada pengaruh signifikan 2. Ha : bi ≠ 0 ada pengaruh signifikan <p>Uji statistik t dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Supardi, 2016:173; Sugiyono, 2012:250):</p> $t = \frac{r\sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$ <p>Keterangan : r = Koefisien korelasi n = Jumlah responden r² = Koefisien determinasi</p> <p>Untuk mengetahui apakah uji statistik t signifikan atau tidak maka nilai estimasi t harus dibandingkan dengan t tabel, dengan rumus (Supardi, 2016:23):</p> $dk = n - k - 1$ <p>dk = derajat kebebasan n = jumlah sampel k = jumlah variabel bebas</p>
<p>Uji simultan (uji statistik F)</p>	<p>Menurut Ghozali (2018:98) “uji statistik F dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap X1, X2, dan X3”. Berikut kriteria pengujian statistik t:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ho : b1 = b2 = = bk = 0 Artinya tidak ada pengaruh signifikan 2. Ha : bi ≠ b2 ≠ ≠ bk ≠ 0 Artinya ada pengaruh signifikan <p>Uji statistik F dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2017:286):</p> $F = \frac{R^2(n - k - 1)}{k(1 - R^2)}$ <p>Keterangan: R² = Koefisien determinasi n = Jumlah sampel</p>

	<p>k = jumlah variabel bebas</p> <p>Untuk mengetahui apakah uji statistik F signifikan atau tidak maka nilai estimasi F harus dibandingkan dengan F tabel, dengan rumus (Supardi, 2016:242):</p> $dk_1 = k$ $dk_2 = n - k - 1$ <p>dk = derajat kebebasan n = jumlah sampel k = jumlah variabel bebas</p>
<p>Uji koefisien determinasi</p>	<p>Menurut Ghozali (2018:97) “uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan satu. Adapun nilai determinasi yang digunakan sebaiknya memilih adjusted R^2 sebagai model regresi terbaik”.</p> <p>Menurut Supardi (2016:188), “koefisien determinasi menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai variabel dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel independen, selain itu sisanya diterangkan oleh variabel lain”</p> <p>Adapun rumus koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut (Sugiyono, 2017:286; Supardi, 2016:188):</p> <p>Koefisien determinasi = $R^2 \times 100\%$</p>
<p>Uji korelasi</p>	<p>Menurut Supardi (2016:165), “analisis korelasi adalah cara untuk mengukur ada atau tidaknya hubungan antar variabel, misalnya hubungan dua variabel”</p> <p>Menurut Susanti, dkk. (2019:49) “Analisis korelasi adalah suatu teknik statistika yang digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan linier antara variabel yang satu dengan yang lain”</p> <p>Menurut Wahana Komputer (2009:155) “Korelasi memiliki arti sebagai suatu hubungan timbal balik atau sebab akibat antara dua buah kejadian. Dengan kata lain, analisis korelasi menunjukkan keeratan hubungan antara variabel tanpa memerhatikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara variabel-variabel tersebut”</p>

Ada 2 jenis analisis korelasi, di antaranya korelasi sederhana dan ganda, berikut rumusnya:

Korelasi Sederhana Pearson Correlation

$$r_{xy} = \frac{n (\sum xy) - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2 \cdot (n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2)\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2012:248)

Keterangan:

- r_{xy} = Nilai Koefisien Korelasi antara X dan Y
- n = Jumlah responden
- x = Variabel bebas (Disiplin kerja)
- y = Variabel terikat (Kinerja)
- $\sum x$ = Jumlah skor variabel X
- $\sum y$ = Jumlah skor variabel Y
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian variabel X dan variabel Y
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat skor variabel X
- $\sum y^2$ = Jumlah skor variabel Y

Korelasi Ganda

$$R_{y.12} = \sqrt{\frac{r_{y1}^2 + r_{y2}^2 - 2r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{12}}{1 - r_{12}^2}}$$

Sumber : Supardi (2016:189)

Keterangan:

- $R_{y.12}$ = Koefisien korelasi ganda antara X1, X2 bersama-sama dengan Y
- $r_{y.1}$ = Koefisien korelasi antara x1 dan y
- $r_{y.2}$ = Koefisien korelasi antara x2 dan y
- r_{12}^2 = Koefisien korelasi antara x1 dan x2

Kriteria Hubungan Analisis Korelasi	
0.00 – 0.199	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2012:250)

20. Gambaran Umum Objek Penelitian

Buku pedoman menjelaskan sub bab **gambaran umum objek penelitian** sebagai berikut:

“Menyajikan informasi tentang objek penelitian dan responden, baik berupa berupa teks, tabel, gambar, grafik, dan atau atau foto, disertai uraian yang menjelaskan maknanya” (Halaman 32)

Pada sub bab ini memuat informasi tentang perusahaan dan karakteristik responden atau data. Berikut ini disajikan contoh pembuatan sub bab **gambaran umum objek penelitian** dalam skripsi:

CONTOH Manajemen SDM dan Pemasaran

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Karakteristik Perusahaan

Berikut ini dikemukakan gambaran umum perusahaan sebagai informasi pendukung penelitian, di antaranya:

1. Sejarah perusahaan
2. Visi dan Misi
3. Kebijakan
4. Struktur organisasi perusahaan
5. dan sebagainya...

4.1.2 Karakteristik Responden

Berikut ini disajikan informasi tentang responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	20	20%
2	Perempuan	80	80%
Total		100	100%

Sumber: Data penelitian, 2020

Tabel di atas memberikan informasi bahwa sebagian besar responden adalah perempuan sebanyak 80 orang atau 80% dan responden laki-laki sebanyak 20 orang atau 20%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang mengisi kuesioner telah sesuai dengan jumlah sampel yang ditetapkan, yaitu sebanyak 100 orang.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia
(silahkan mengikuti contoh di atas)
3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan
(silahkan mengikuti contoh di atas)
4. dan sebagainya...

CONTOH Manajemen Keuangan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Karakteristik Perusahaan

Berikut ini dikemukakan gambaran umum perusahaan sebagai informasi pendukung penelitian, di antaranya:

1. Sejarah perusahaan
2. Visi dan Misi
3. Kebijakan
4. Struktur organisasi perusahaan
5. dan sebagainya...

4.1.2 Karakteristik Data Penelitian

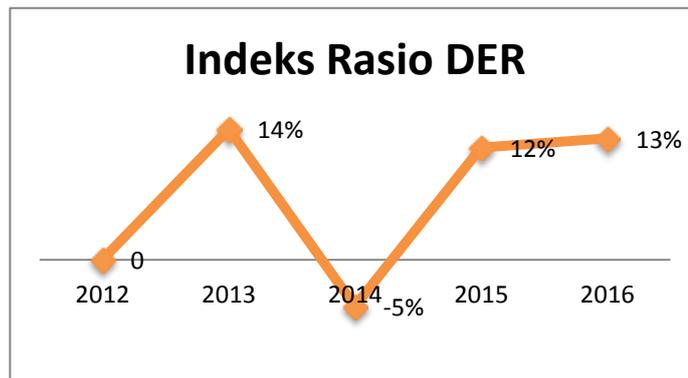
Berikut ini disajikan informasi tentang data penelitian yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Rasio utang

Tabel 4.1. Pertumbuhan Rasio DER PT FGD Tbk Periode 2012-2016

No	Tahun	Total Utang	Total Ekuitas	DER (3/4)	Indeks Rasio DER
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	2016	12.042	4.704	256%	13%
2	2015	10.903	4.827	226%	12%
3	2014	9.534	4.747	201%	-5%
4	2013	8.636	4.068	212%	14%
5	2012	7.371	3.968	186%	-
Jumlah		48.486	22.314	-	-
Rata-rata		9.697	4.463	217%	-

Sumber: Laporan Keuangan PT FGD Tbk, 2020



Sumber: Laporan Keuangan PT FGD Tbk, 2020

Gambar 4.1. Pertumbuhan Rasio DER PT FGD Tbk Periode 2012-2016

Berdasarkan data di atas, diketahui pertumbuhan utang PT FGD selama periode 2012-2016 mengalami tren peningkatan. Hal ini sejalan dengan pertumbuhan utang selama 5 (lima) periode tersebut mengalami peningkatan, sedangkan ekuitas perusahaan mengalami fluktuasi.

2. Rasio perputaran arus kas
(silahkan mengikuti contoh di atas)
3. Rasio profitabilitas
(silahkan mengikuti contoh di atas)
4. dan sebagainya...

21. Hasil Penelitian

Buku pedoman menjelaskan sub bab **hasil penelitian** sebagai berikut:

“Menyajikan hasil (output) olah data berupa pengujian statistik bagi penelitian kuantitatif yang disertai penjelasan maknanya. Sedangkan untuk penelitian kualitatif dapat mengemukakan deskripsi hasil penelitian baik berupa tabel (quetioner form) maupun ringkasan wawancara.” (Halaman 32)

Pada sub bab ini memuat informasi tentang hasil penelitian berupa data-data kuesioner dan hasil olah data. Adapun sistematika penyajian analisis wajib mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan pada bab 3 (**sub bab teknik analisis data**).

CONTOH Manajemen SDM dan Pemasaran

(Analisis Regresi Linear Berganda)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.2 Hasil Penelitian

1. Analisis deskriptif
2. Uji validitas
3. Uji reliabilitas
4. Uji asumsi klasik
5. Uji parsial
6. Uji simultan
7. Uji koefisien determinasi

CONTOH Manajemen SDM dan Manajemen Pemasaran
(Analisis Regresi Linear Sederhana)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.2 Hasil Penelitian

1. Analisis deskriptif
2. Uji validitas
3. Uji reliabilitas
4. Uji asumsi klasik
5. Uji Hipotesis

CONTOH Manajemen Keuangan

(Analisis Regresi Linear Sederhana)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.2 Hasil Penelitian

1. Analisis deskriptif
2. Uji asumsi klasik
3. Uji Hipotesis

CONTOH Manajemen Keuangan

(Analisis Regresi Linear Berganda)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.2 Hasil Penelitian

1. Analisis deskriptif
2. Uji asumsi klasik
3. Uji parsial
4. Uji simultan
5. Uji koefisien determinasi

Berikut ini disajikan contoh pembuatan sub bab **gambaran umum objek penelitian** dalam skripsi:

CONTOH HASIL PENELITIAN

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.2 Hasil Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Untuk mengukur kuesioner dengan skala likert dapat digunakan rumus interval kelas, misalnya kuesioner menggunakan 5 kelas skala likert, yaitu:

Tidak setuju = 1

Kurang setuju = 2

Netral = 3

Setuju = 4

Sangat setuju = 5

Maka dapat menggunakan rumus panjang kelas (Sugiyono, 2017:80):

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{\text{Data terbesar} - \text{Data terkecil}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Maka dapat menggunakan rumus panjang kelas (Supardi, 2016:36):

$$P = \frac{\text{Rentang (data tertinggi} - \text{data terendah)}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$P = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Selanjutnya membuat kategorisasi dengan cara menyusun tabel sebagai berikut:

Interval	Keterangan
1.00 – 1.80	Tidak setuju
1.81 – 2.60	Kurang setuju
2.61 – 3.40	Netral
3.41 – 4.20	Setuju
4.21 – 5.00	Sangat Setuju

Sumber: Kaihatu, dkk. (2015:71)

Tabel 4.1. Data Kuesioner Kinerja (n = 100)

No	Pernyataan	SS	S	N	KS	TS	Total	Rata-rata	Ket
1	Kerja keras	30	40	20	10	0	410	4.10	Setuju
2	Target tercapai	30	50	10	10	0
3	Semangat kerja tinggi	30	40	30	0	0
4	Disiplin	40	30	20	10	0
Total Rata-rata	

Keterangan:

Jumlah skor untuk 30 orang yang menjawab SS = $30 \times 5 = 150$
 Jumlah skor untuk 40 orang yang menjawab S = $40 \times 4 = 160$
 Jumlah skor untuk 20 orang yang menjawab N = $20 \times 3 = 60$
 Jumlah skor untuk 10 orang yang menjawab KS = $20 \times 2 = 40$
 Jumlah skor untuk 0 orang yang menjawab TS = $0 \times 0 = 0$

Total = 410
Rata – rata = $410/100 = 4.10$
 Masuk pada rentang = $3.41 - 4.20 = \text{Setuju}$

Silahkan yang lain ikuti contoh ini.....

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dikemukakan bahwa, kinerja pegawai berdasarkan indikator kerja keras tergolong baik dengan rata-rata skor 4,10. Hal ini menjelaskan bahwa pegawai memiliki tingkat kerja produktif yang baik, sehingga dapat menguntungkan bagi produktivitas perusahaan.

Selain dengan perhitungan di atas, kuesioner dapat juga dihitung dengan cara berikut (Sugiyono, 2012:135):

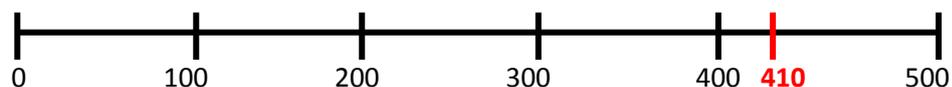
Tabel 4.1. Data Kuesioner Kinerja (n = 100)

No	Pernyataan	SS	S	N	KS	TS	Total	%	Ket
1	Kerja keras	30	40	20	10	0	410	82%	Setuju
2	Target tercapai	30	50	10	10	0
3	Semangat kerja tinggi	30	40	30	0	0
4	Disiplin	40	30	20	10	0
Tota Rata-rata	

Keterangan:

Jumlah skor untuk 30 orang yang menjawab SS = $30 \times 5 = 150$
 Jumlah skor untuk 40 orang yang menjawab S = $40 \times 4 = 160$
 Jumlah skor untuk 20 orang yang menjawab N = $20 \times 3 = 60$
 Jumlah skor untuk 10 orang yang menjawab KS = $20 \times 2 = 40$
 Jumlah skor untuk 0 orang yang menjawab TS = $0 \times 0 = 0$

Total = 410
 Skor maksimum = nilai tertinggi (5) x jumlah sampel/n (100) = 500
 Maka persentase jawaban adalah = $410 / 500 = 82\%$



Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dikemukakan bahwa, kinerja pegawai berdasarkan indikator kerja keras tergolong baik dengan total skor 410 atau 82%. Hal ini menjelaskan bahwa pegawai memiliki tingkat kerja produktif yang baik, sehingga dapat menguntungkan bagi produktivitas perusahaan.

2. Uji Validitas

Tabel 4.2. Uji Validitas Variabel Kinerja

No	Pernyataan	Product Moment	Kriteria	Kesimpulan
1	Pernyataan 1	0,684	0,30	Valid
2	Pernyataan 2	0,810	0,30	Valid
3	Pernyataan 3	0,744	0,30	Valid
4	Pernyataan 4	0,883	0,30	Valid
5	Pernyataan 5	0,888	0,30	Valid

Sumber: Data penelitian, 2020

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa semua pernyataan (kuesioner) variabel kinerja memiliki nilai *Products Moment* lebih besar dari kriteria r_{tabel} 0.30, maka dapat disimpulkan kuesioner variabel kinerja yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid. Dengan kata lain, kuesioner yang dibuat, telah benar-benar dapat mengukur variabel yang tengah diteliti.

3. Uji Reliabilitas

Tabel 4.3. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kriteria Minimum	Kesimpulan
1	Lingkungan Kerja	0,883	0,70	Reliabel
2	Disiplin kerja	0,874	0,70	Reliabel
3	Kinerja	0,885	0,70	Reliabel

Sumber: Data penelitian, 2020

Berdasarkan tabel tersebut di atas, diketahui bahwa semua variabel (lingkungan, disiplin kerja dan kinerja) memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar (>) dari 0,70 maka dapat disimpulkan kuesioner variabel dalam penelitian ini adalah reliabel dan dapat dilanjutkan pada analisis berikutnya (analisis Regresi). Dengan kata lain, data dalam penelitian ini bersifat konsisten, di mana kebenarannya dapat dipertanggung jawabkan.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.4. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Budaya Organisasi	Disiplin Kerja	Kinerja
N		126	126	126
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	41.93	39.12	41.29
	Std. Deviation	4.961	5.089	5.010
Most Extreme Differences	Absolute	.098	.072	.097
	Positive	.052	.058	.056
	Negative	-.098	-.072	-.097
Kolmogorov-Smirnov Z		1.104	.803	1.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.174	.539	.185
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				

Sumber: Data penelitian, 2020

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.5. Uji Multikolinearitas

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.000		
	Budaya organisasi	.016	.914	1.094
	Disiplin Kerja	.000	.914	1.094

Sumber: Data penelitian, 2020

c. Uji Autokorelasi

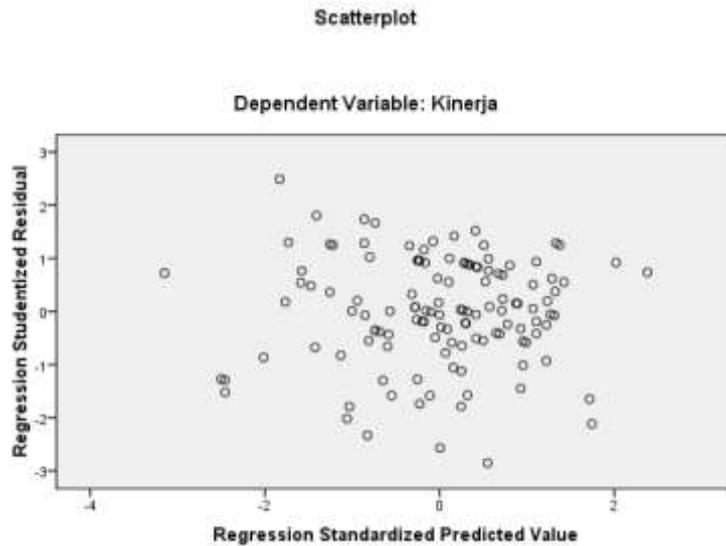
Tabel 4.6. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.462 ^a	.213	.200	4.480	2.121

Sumber: Data penelitian, 2020

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai DW sebesar 2,121 lebih besar dari DU tabel sebesar 1,741 dan lebih kecil dari 4 – DU (4-1,741 = 2,259), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel bebas (DU/1,741 < DW/2,121 < 4-DU/2,259).

d. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2. Uji Heteroskedastisitas

5. Uji Parsial

Tabel 4.7. Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.825	4.049		4.650	.000
	Budaya org.	.207	.084	.205	2.447	.016
	Disiplin kerja	.353	.082	.358	4.280	.000

Sumber: Data penelitian, 2020

6. Uji Simultan

Tabel 4.8. Uji Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	668.859	2	334.430	16.662	.000 ^a
	Residual	2468.855	123	20.072		
	Total	3137.714	125			

Sumber: Data penelitian, 2020

7. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.462 ^a	.213	.200	4.480	2.121

Sumber: Data penelitian, 2020

22. Pembahasan Penelitian

Buku pedoman menjelaskan sub bab **pembahasan penelitian** sebagai berikut:

“Pada bagian ini dilakukan pembahasan (interpretasi) dari hasil penelitian yang dibangun dalam model argumentasi ilmiah (berlandaskan pada teori dan penelitian terdahulu), dan bukan pengulangan dari hasil penelitian” (Halaman 32)

Pada intinya dalam sub bab pembahasan ini kita menjelaskan hasil penelitian. Pertanyaannya, bagaimana cara kita menjelaskan? Pembahasannya dimulai dari mana? Baik, mari kita perhaikan penjelasan di bawah ini.

Cara kita menjelaskan hasil penelitian adalah dengan membuat tahapan pembahasan, sebagai mana berikut ini:

- a. Bagian **pertama**, menyebutkan angka/ statistik hasil penelitian;
- b. Bagian **kedua**, menyebutkan makna statistik hasil penelitian;
- c. Bagian **ketiga**, menguraikan makna hasil penelitian dengan mengaitkan analisis deskriptif kuesioner dan atau contoh;
- d. Bagian **keempat**, menyantumkan teori sebagai penguat penjelasan sebelumnya;
- e. Bagian **kelima**, menyantumkan hasil penelitian terdahulu sebagai penutup.

	<p>CONTOH MANAJEMEN SDM</p> <p>BAB IV</p> <p>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</p> <p>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</p> <p>4.2 Hasil Penelitian</p> <p>4.3 Pembahasan Penelitian</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat dijelaskan temuan penelitian sebagai berikut:</p> <p>1. Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja</p>
Bagian ke-1	<p>→ Hasil analisis regresi menunjukkan pengaruh disiplin terhadap kinerja sebesar 0.521 dengan nilai signifikansi 0,005.</p>
Bagian ke-2	<p>→ Temuan Ini menjelaskan bahwa disiplin kerja</p>

<p>Bagian ke-3</p>	<p>berpengaruh signifikan terhadap kinerja dengan penafsiran, jika disiplin pegawai meningkat sebesar satu – satuan maka kinerja akan meningkat sebesar 0,521.</p> <p>→ Temuan di atas menjelaskan bahwa aturan disiplin yang dijalani dengan baik dapat meningkatkan keteraturan kerja. Sebagaimana hasil analisis deskriptif, bahwa indikator tingkat kepatuhan memiliki nilai yang tinggi. Tentu dengan meningkatnya kepatuhan maka akan meningkatkan kualitas hasil kerja.</p>
<p>Bagian ke-4</p>	<p>→ Temuan ini sesungguhnya sejalan dengan teori, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020:12), “disiplin kerja merupakan ketentuan yang dibuat untuk mengatur pola kerja pegawai sehingga tujuan tercapai”.</p>
<p>Bagian ke-5</p>	<p>→ Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugiarti dan Sutoro (2020), menyatakan terdapat pengaruh signifikan disiplin kerja terhadap kinerja. Di mana disiplin kerja dapat mendorong pegawai untuk bekerja sesuai prosedur, sehingga tujuan kerja tercapai sebagaimana yang telah ditetapkan.</p> <p>Sejalan dengan hasil penelitian di atas, Mukrodi dan Wahyudi (2020) mengemukakan dalam penelitiannya, bahwa disiplin kerja tidak hanya berpengaruh signifikan secara parsial, secara simultan disiplin memiliki kontribusi yang cukup berarti terhadap peningkatan kinerja. Selain itu, dikemukakan pula, bahwa disiplin adalah alat bantu pimpinan dalam mengendalikan pegawai.</p> <p>2. Pengaruh kebijakan terhadap kinerja Silahkan ikuti contoh di atas.....</p> <p>3. Pengaruh disiplin dan kebijakan terhadap kinerja Silahkan ikuti contoh di atas.....</p>

	<p>CONTOH MANAJEMEN PEMASARAN</p> <p style="text-align: center;">BAB IV</p> <p style="text-align: center;">HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</p> <p>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</p> <p>4.2 Hasil Penelitian</p> <p>4.3 Pembahasan Penelitian</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat dijelaskan temuan penelitian sebagai berikut:</p> <p>1. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian</p>
Bagian ke-1	<p>→ Hasil analisis regresi menunjukkan pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 0.521 dengan nilai signifikansi 0,005.</p>
Bagian ke-2	<p>→ Temuan Ini menjelaskan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan penafsiran, jika promosi meningkat sebesar satu – satuan maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,521.</p>
Bagian ke-3	<p>→ Temuan di atas menjelaskan bahwa promosi dapat memikat hati konsumen untuk membeli. Terlebih promosi yang diberikan berupa potongan harga dan atau hadiah atas produk-produk yang populer tentu akan meningkatkan minat beli konsumen.</p>
Bagian ke-4	<p>→ Temuan ini sesungguhnya sejalan dengan teori, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020:12), “promosi adalah alat pemasaran yang efektif dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli, terlebih promosi terhadap produk-produk berkualitas”.</p>
Bagian ke-5	<p>→ Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugiarti dan Sutoro (2020), menyatakan terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian.</p>
	<p>2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian</p> <p>Silahkan ikuti contoh di atas.....</p> <p>3. Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian</p>

	<p style="text-align: center;">CONTOH MANAJEMEN KEUANGAN</p> <p style="text-align: center;">BAB IV</p> <p style="text-align: center;">HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</p> <p>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</p> <p>4.2 Hasil Penelitian</p> <p>4.3 Pembahasan Penelitian</p> <p>Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat dijelaskan temuan penelitian sebagai berikut:</p> <p>1. Pengaruh modal terhadap laba perusahaan</p>
Bagian ke-1	<p>→ Hasil analisis regresi menunjukkan pengaruh modal terhadap laba perusahaan sebesar 0.521 dengan nilai signifikansi 0,005.</p>
Bagian ke-2	<p>→ Temuan Ini menjelaskan bahwa modal berpengaruh signifikan terhadap laba perusahaan dengan penafsiran, jika modal perusahaan meningkat sebesar satu – satuan maka pendapatan laba akan meningkat sebesar 0,521.</p>
Bagian ke-3	<p>→ Temuan di atas menjelaskan bahwa kecukupan modal dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan operasional bisnis. Selain itu, modal yang cukup dapat menggenjot kinerja manajemen di dalam menghadirkan efektivitas sehingga unit bisnis dapat berjalan dengan lancar dan menghasilkan laba yang banyak.</p>
Bagian ke-4	<p>→ Temuan ini sesungguhnya sejalan dengan teori, sebagaimana yang dikemukakan oleh Wahyudi (2020:12), “modal adalah sejumlah biaya yang dialokasikan untuk mendanai kegiatan bisnis”.</p>
Bagian ke-5	<p>→ Hasil penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Sugiarti dan Sutoro (2020), menyatakan terdapat pengaruh signifikan modal terhadap laba perusahaan.</p> <p>2. Pengaruh kas lancar terhadap laba perusahaan</p> <p>Silahkan ikuti contoh di atas.....</p> <p>3. Pengaruh modal dan kas lancar terhadap laba perusahaan</p> <p>Silahkan ikuti contoh di atas.....</p>

23. Kesimpulan

Buku pedoman menjelaskan sub bab **kesimpulan** pada bab 5 sebagai berikut:

“Kesimpulan, secara garis besar merupakan temuan pokok yang menjawab rumusan masalah/ fokus penelitian.” (Halaman 32)

Berdasarkan keterangan tersebut kita dapat mengambil kesimpulan, bahwa isi kesimpulan dalam skripsi adalah kalimat jawaban dari rumusan masalah. Berikut contohnya:

Contoh Manajemen Keuangan

Rumusan Masalah	Kesimpulan
<p style="text-align: center;">BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.2 Rumusan Masalah</p> <p>Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka fenomena penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah terdapat pengaruh CAR terhadap Profitabilitas bank BRI (2010 – 2016)? 2. Apakah terdapat pengaruh NPL terhadap Profitabilitas bank BRI (2010 – 2016)? 3. Apakah terdapat pengaruh CAR dan NPL terhadap Profitabilitas bank BRI (2010 – 2016)? 	<p style="text-align: center;">BAB V PENUTUP</p> <p>5.1 Kesimpulan</p> <p>Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh signifikan CAR terhadap Profitabilitas bank BRI (2010 – 2016) sebesar 0,521. 2. Terdapat pengaruh signifikan NPL terhadap Profitabilitas bank BRI (2010 – 2016) sebesar 0,367. 3. Terdapat pengaruh signifikan CAR dan NPL terhadap Profitabilitas bank BRI (2010 – 2016) sebesar 0.658.

Contoh Manajemen Pemasaran

Rumusan Masalah	Kesimpulan
<p style="text-align: center;">BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.2 Rumusan Masalah Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka fenomena penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan? 2. Apakah terdapat pengaruh kenyamanan tempat terhadap kepuasan pelanggan? 3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kenyamanan tempat terhadap kepuasan pelanggan? 	<p style="text-align: center;">BAB V PENUTUP</p> <p>5.1 Kesimpulan Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,521. 2. Terdapat pengaruh signifikan kenyamanan tempat terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien regresi sebesar 0,369. 3. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan kenyamanan tempat terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien determinasi sebesar 0.658.

Contoh Manajemen SDM

Rumusan Masalah	Kesimpulan
<p style="text-align: center;">BAB I PENDAHULUAN</p> <p>1.2 Rumusan Masalah Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian di atas, maka fenomena penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah terdapat pengaruh tunjangan terhadap motivasi kerja? 2. Apakah terdapat pengaruh penghargaan terhadap motivasi kerja? 3. Apakah terdapat pengaruh tunjangan dan penghargaan terhadap motivasi kerja? 	<p style="text-align: center;">BAB V PENUTUP</p> <p>5.1 Kesimpulan Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh signifikan tunjangan terhadap motivasi kerja dengan koefisien regresi sebesar 0,521. 2. Terdapat pengaruh signifikan penghargaan terhadap motivasi kerja dengan koefisien regresi sebesar 0,369. 3. Terdapat pengaruh signifikan tunjangan dan penghargaan terhadap motivasi kerja dengan koefisien determinasi sebesar 0.658.

24. Saran

Buku pedoman menjelaskan sub bab **saran** pada bab 5 sebagai berikut:

“Berupa pernyataan yang bersifat membangun, perbaikan, dan atau peningkatan dari temuan hasil penelitian. Sehingga dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan, baik sebagai riset ilmiah, rekomendasi, kebijakan, maupun lain-lainnya.”
(Halaman 32)

Berdasarkan keterangan tersebut kita dapat mengambil kesimpulan, bahwa isi kesimpulan dalam skripsi adalah kalimat saran. Pertanyaannya dari mana kita membuat kalimat saran? Ada dua sumber, pertam dari analisis deskriptif (analisis kuesioner bagi SDM dan pemasaran; analisis data bagi keuangan), dan kedua dari hasil penelitian. Ingat...! maksudnya, lihat indikator atau data mana yang lemah (dari analisis deskriptif) dan lihat variabel mana yang pengaruhnya paling kecil (dari hasil penelitian). Berikut contohnya:

Contoh Manajemen SDM

Analisis Deskriptif & Hasil Penelitian	Saran
<p style="text-align: center;">BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</p> <p>4.2 Hasil Penelitian Hasil analisis deskriptif menunjukkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Indikator yang lemah pada variabel kinerja adalah kerja keras 2. Indikator yang lemah pada variabel disiplin adalah kepatuhan <p>Hasil penelitian menunjukkan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel yang paling lemah menjelaskan kinerja adalah motivasi 	<p style="text-align: center;">BAB V PENUTUP</p> <p>5.2 Saran Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hendaknya perusahaan memberikan motivasi kepada para pegawai sehingga lahir semangat kerja yang mendorong untuk lebih bekerja keras, misalnya memberikan insentif kepada pegawai yang menyelesaikan tugas lebih cepat. 2. Hendaknya para manajer dapat mengarahkan para pegawainya untuk lebih mematuhi aturan kerja yang telah ditetapkan, misalnya dengan memberikan briefing sebelum dimulainya kerja. 3. Hendaknya perusahaan dapat memberikan dukungan kepada para pegawai agar motivasi kerja meningkat, misalnya memberikan penghargaan kepada pegawai yang mencapai target.

CONTOH MANAJEMEN PEMASARAN

<p>Analisis Deskriptif & Hasil Penelitian</p>	<p>Saran</p>
<p style="text-align: center;">BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</p> <p>4.2 Hasil Penelitian Hasil analisis deskriptif menunjukkan: 1. Indikator yang lemah pada variabel harga adalah daya saing 2. Indikator yang lemah pada variabel pelayanan adalah kecepatan respons</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan: 1. Variabel yang paling lemah menjelaskan kepuasan pelanggan adalah harga</p>	<p style="text-align: center;">BAB V PENUTUP</p> <p>5.2 Saran Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut: 1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan indikator daya saing pada variabel harga memiliki nilai jawaban yang paling rendah. Hal ini mengisyaratkan perlu perusahaan untuk menetapkan harga yang dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis. 2. Hasil analisis deskriptif menunjukkan indikator kecepatan respons pada variabel pelayanan memiliki nilai jawaban yang paling rendah. Hal ini mengisyaratkan perusahaan untuk dapat mengarahkan para pegawainya agar lebih tanggap terhadap konsumen. 3. Hasil uji parsial menunjukkan variabel harga memiliki nilai regresi yang paling lemah. Temuan ini menyarankan agar perusahaan dapat menghadirkan harga yang relatif kompetitif dengan pesaingnya, misalnya dengan mencari supplier baru yang dapat memberikan harga lebih murah, atau memangkas biaya distribusi dengan mengalihkan pemasaran langsung melalui toko online.</p>

CONTOH MANAJEMEN KEUANGAN

<p>Analisis Deskriptif & Hasil Penelitian</p>	<p>Saran</p>
<p style="text-align: center;">BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</p> <p>4.2 Hasil Penelitian Hasil analisis deskriptif menunjukkan: 1. Rasio utang selama lima tahun mengalami tren peningkatan. 2. Biaya operasional perusahaan lebih besar dari pendapatan operasional</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan: 1. Variabel yang paling lemah menjelaskan profitabilitas perusahaan adalah rasio efisiensi BOPO</p>	<p style="text-align: center;">BAB V PENUTUP</p> <p>5.2 Saran Hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat dikemukakan kesimpulan penelitian sebagai berikut: 1. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa rasio utang perusahaan mengalami tren peningkatan selama lima tahun terakhir. Hendaknya perusahaan dapat menggunakan manajemen risiko agar dapat mengendalikan utang, sehingga tidak berimbas pada beban perusahaan yang semakin besar. 2. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan biaya operasional perusahaan lebih besar dari pendapatannya. Hal ini memberikan masukan kepada perusahaan untuk dapat meninjau kembali kegiatan bisnis yang kurang berpengaruh terhadap pendapatan, misalnya biaya promosi iklan. Sehingga perusahaan dapat menghemat pengeluaran. 3. Hasil uji regresi menunjukkan variabel efisiensi BOPO memiliki nilai pengaruh yang paling lemah. Temuan ini mengingatkan perusahaan untuk dapat mengelola operasional bisnis secara efektif sehingga mampu menciptakan efisiensi di berbagai lini bisnis.</p>

KUMPULAN INDIKATOR PENELITIAN MANAJEMEN SDM, PEMASARAN, KEUANGAN



INDIKATOR PENELITIAN

Sumber: <https://kependidikan.com/membuat-indikator/>

Gambar 3. Indikator Penelitian

Dalam penelitian setingkat skripsi, kata “indikator” memiliki popularitas tersendiri. Pasalnya, ini bagian penting yang harus dicantumkan pada bab 2 dan bab 3. Terkadang ada tuntutan, bahwa indikator yang dicantumkan harus memuat beberapa pilihan, sehingga tidak jarang membuat mahasiswa kesulitan mencari indikator-indikator yang dibutuhkan penelitian. Sebagai jawaban akan hal tersebut, pada bagian ini akan dihadirkan indikator-indikator penelitian dari para ahli. Sehingga dapat membantu mahasiswa di dalam menentukan indikator mana yang relevan dengan fenomena yang tengah diteliti.

1. Indikator-Indikator dalam Riset Manajemen SDM

tt. Indikator Kinerja

Indikator kinerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:21):

1) Hasil kerja

“Hasil kerja yang dimaksud adalah target atau tujuan yang tercapai baik secara jumlah (kuantitas) maupun mutu (kualitas)”.

2) Sikap kerja

“Sikap kerja yang dimaksud adalah sikap taat di dalam mengikuti berbagai kebijakan, aturan, prosedur dan perintah organisasi. Contohnya kedisiplinan, tanggung jawab, komitmen, motivasi dan lain sebagainya”.

3) Perilaku kerja

“Dalam menjalankan kerja dibutuhkan perilaku kerja yang terampil/terlatih, teratur, dan cermat. Dengan perilaku tersebut, sangat dimungkinkan seorang pegawai mampu mencapai tujuan”.

4) Manfaat

“Hasil kerja yang telah dicapai memberikan pengaruh terhadap berbagai kebaikan organisasi seperti pencapaian prestasi, kemajuan, dan kesejahteraan bagi *stakeholder*. Lebih lanjut, manfaat berarti kebaikan yang diakibatkan oleh sebuah hasil kerja. Tentu kita bisa membayangkan, ketika seorang mahasiswa mendapatkan IPK 4.00, biasanya ia akan dipuji atau mendapatkan beasiswa. Ini adalah contoh manfaat dari sebuah hasil. Begitu pun dalam bekerja, ketika seorang pegawai dapat mencapai target, maka sesungguhnya ia mendapatkan kebaikan lain, misalnya mendapatkan insentif atau bonus atau tunjangan kinerja”.

Indikator kinerja menurut Robbins dalam Sulaksono (2015:119):

1) Kualitas. Maksudnya kualitas hasil kerja dinilai berdasarkan persepsi penilai (manajer/ user/ dan sebagainya) dan hasil kerja dilihat dari sisi kesempurnaan keterampilan dan kemampuan kerja pegawai.

2) Kuantitas. Merupakan banyaknya pekerjaan yang diselesaikan, bisa berupa target atau rutinitas kerja.

3) Ketepatan waktu. Baik hasil kerja atau selesainya pekerjaan dapat dilakukan tepat waktu atau lebih cepat.

- 4) Efektivitas. Menggunakan sumber daya (fasilitas kerja, peralatan, biaya, kerja sama tim, dan sebagainya) secara maksimal sehingga dapat meningkatkan hasil lebih optimal.
- 5) Kemandirian. Bentuk kepribadian pegawai yang penuh tanggung jawab, bermental pekerja keras, pantang menyerah, berani menghadapi risiko, dan berorientasi pada pencapaian tujuan.

Indikator kinerja menurut Fattah (2017:25):

- 1) **Hasil kerja** mencakup kualitas, kuantitas, dan efisiensi dalam melaksanakan tugas.
- 2) **Perilaku kerja** mencakup disiplin kerja, inisiatif, dan ketelitian.
- 3) **Kepribadian** mencakup kepemimpinan, kejujuran dan kreativitas.

uu. Indikator Prestasi Kerja

Indikator prestasi kerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:33)

- 1) Hasil terbaik
 “Seorang karyawan atau pegawai layak diberikan prestasi jika mampu menunjukkan hasil kerja yang sangat baik di antara karyawan yang lain, khususnya dalam hal kualitas. Kenapa demikian? Ketika seseorang dinyatakan berprestasi, maka akan disertai dengan penghargaan. Oleh karena itu, dalam ini (prestasi) akan menetapkan standar yang lebih tinggi”
- 2) Jumlah terbanyak/terbesar
 “Mampu mencapai target yang besar merupakan ukuran kedua di dalam menilai prestasi kerja karyawan atau pegawai”.
- 3) Paling bermanfaat/berpengaruh
 “Hasil kerja memiliki nilai manfaat yang lebih besar bagi kemajuan organisasi”.
- 4) Mendorong kemajuan
 “Hasil kerja dapat melahirkan suatu kemajuan baik berupa efektif, efisien maupun lahirnya inovasi atau kreativitas”.

Indikator prestasi kerja menurut Siswanto dalam Fauzi & Nugroho (2020:88):

- 1) Kemampuan. Terampil dan ahli dalam melaksanakan tugas sehingga berhasil mencapai tujuan.

- 2) Kerja sama. Berhubungan baik dengan tim dan saling mendukung dalam mencapai tujuan organisasi.
- 3) Disiplin. Taat dan patuh terhadap prosedur dan berupaya menjalankan aturan dengan sebaik-baiknya untuk mencapai tujuan.
- 4) Penggunaan waktu luang. Memaksimalkan penggunaan waktu dalam mencapai tujuan.

Indikator prestasi kerja menurut Setiawan dalam Kristanti & Pangastuti (2019:31-32):

- 1) Ketepatan penyelesaian tugas. Artinya, tugas dapat diselesaikan tepat waktu dan kualitas hasil pekerjaan sesuai dengan yang telah ditetapkan.
- 2) Kesesuaian jam kerja. Berkenaan dengan tingkat kepatuhan dan ketaatan pegawai terhadap aktivitas organisasi yang telah diatur jam kerjanya.
- 3) Tingkat kehadiran. Yakni jumlah kehadiran pegawai selama periode tertentu.
- 4) Kerja sama. Memiliki hubungan kerja yang baik dalam tim kerja.

vv. Indikator Produktivitas Kerja

Indikator produktivitas kerja menurut Hasibuan dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:389-390):

- 1) Tekad yang kuat

“Produktivitas kerja seseorang dapat dilihat dari konsistensinya, sejauh mana ia bersungguh-sungguh dalam bekerja dan mengejar tujuan yang telah ditetapkan. Ia berpikir optimis dan pantang menyerah dengan keadaan”.
- 2) Semangat kerja yang tinggi

“Semangat kerja yang tinggi mampu mendorong orang untuk mengerahkan seluruh kompetensi, tenaga, dan pikiran yang dimilikinya, dengan demikian berbagai tujuan kerja tercapai”.
- 3) Kegigihan dalam menjaga kinerja

“Hal menarik dari seseorang yang produktif adalah sikapnya yang tekun dalam menjaga kinerja. Ia berupaya sekuat tenaga agar capaian-capaian yang telah didapat tidak menurun atau ia tidak

menempatkan diri pada suatu kepuasan atas tujuan yang telah dicapai”.

4) Kesungguhan mencapai target

“Keseriusan dalam mencapai target terlihat jelas pada sikap tanggung jawab seorang pekerja, ia pantang istirahat bahkan pulang sebelum tujuan tercapai. Sikap sungguh-sungguh inilah menjadi ciri seseorang produktif atau tidak”.

5) Hasil kerja yang berdampak

“Artinya hasil kerja selalu meningkat dari periode ke periode, dan hal tersebut memberikan pengaruh terhadap capaian organisasi”.

Indikator produktivitas kerja menurut Sutrisno, E. (2017:104-105):

- 1) Kemampuan, memiliki keterampilan dalam menjalankan tugas dan profesional dalam menyelesaikannya.
- 2) Meningkatkan hasil yang dicapai, mengerahkan potensi yang dimiliki baik tenaga, waktu maupun kecerdasan guna meningkatkan hasil yang lebih baik.
- 3) Semangat kerja, selalu bersemangat di setiap aktivitas kerja dan menunjukkan etos yang tinggi.
- 4) Pengembangan diri, berusaha meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kerja dengan melihat tantangan dan harapan sebagai pijakan untuk berkembang.
- 5) Mutu, berusaha menghadirkan kualitas dalam setiap pelaksanaan maupun hasil kerja.
- 6) Efisiensi, memaksimalkan penggunaan sumber daya yang ada dengan memperhatikan keseimbangan antara input dan output sehingga memberikan hasil yang signifikan.

Indikator produktivitas kerja menurut Susanto (2016:111):

- 1) Konstruktif, yakni pribadi yang cerdas dan pekerja kerjas.
- 2) Percaya diri, yakni berani tampil dan terlibat dalam kegiatan organisasi secara maksimal.
- 3) Bertanggung jawab, yakni mengerjakan tugas dengan sungguh-sungguh dan tuntas.
- 4) Mencintai pekerjaan, bekerja sepenuh hati dan hati-hati.
- 5) Visioner, yakni berpikir ke depan dan berpengetahuan luas.

Indikator motivasi kerja menurut Maslow dalam Mohtar (2019:25):

- 1) Fisiologis, yakni dorongan untuk bekerja yang didasari oleh kebutuhan hidup seperti sandang, papan, dan pangan.
- 2) Keamanan, yakni dorongan untuk bekerja yang dipengaruhi oleh faktor keamanan kerja seperti diangkat menjadi pegawai tetap, jenis pekerjaan tidak mengancam jiwa, dan adanya program jaminan kesehatan kerja.
- 3) Sosial, yakni dorongan untuk bekerja karena faktor lingkungan seperti adanya interaksi dan komunikasi yang hangat di antara pegawai.
- 4) Penghargaan, yakni dorongan untuk bekerja karena faktor penghargaan dan dukungan.
- 5) Aktualisasi diri, yakni dorongan untuk bekerja karena faktor karakteristik diri seperti percaya diri, kebanggaan diri karena memiliki kompetensi yang baik, tujuan diri untuk meraih sesuatu di dalam organisasi, dan sebagainya.

xx. Indikator Kepuasan Kerja

Indikator kepuasan kerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:62-63):

- 1) Senang atau Bahagia
 “Seorang karyawan yang tengah bahagia akan memperlihatkan ekspresi wajah yang berseri, penuh keceriaan, senyum dan tawa serta sikap hangat yang memancar membuat ritme indah di dalam bekerja.
- 2) Semangat atau antusias”.
 “Salah satu wujud hati yang senang adalah terpancarnya sikap semangat. Artinya, setiap karyawan melaksanakan tugasnya diselimuti oleh sikap antusias, optimis, dan gigih. Segala sesuatunya dilihat dengan pikiran yang jernih dan hati yang lapang. Tujuan utamanya adalah memberikan semangat kebahagiaan kepada pihak-pihak, dan hasilnya adalah kebahagiaan”.
- 3) Kegigihan atau Kerja Keras

“Kebahagiaan menjadi energi atau kekuatan dalam menjalankan berbagai tugas. Semangat yang meluap mendorong jiwa untuk menggerakkan seluruh anggota tubuh untuk bekerja secara optimal”.

4) Loyalitas

“Kepuasan melahirkan sikap setia. Seorang karyawan yang senang karena telah mendapatkan banyak kebaikan dari organisasi, maka sesungguhnya ia telah menggantungkan kehidupannya, dan wujud ketergantungan itu adalah sikap setia”.

Indikator kepuasan kerja menurut Fattah (2017:68):

- 1) Pekerjaan, yakni pekerjaan yang menarik, menantang, dan pekerjaan yang dapat meningkatkan pengetahuan serta keahlian.
- 2) Kompensasi, yakni penghargaan organisasi baik berupa finansial maupun non finansial.
- 3) Kesempatan promosi, yakni pemberian kesempatan untuk meningkatkan keahlian dan karier kerja.
- 4) Pengawasan, yakni adanya arahan, bimbingan, dan hubungan yang baik dengan atasan.
- 5) Rekan kerja, yakni memiliki ikatan sosial yang baik antar pegawai baik dalam berinteraksi maupun komunikasi.

Indikator kepuasan kerja menurut Wexley dan Yukl dalam Moeljono (2003:113):

- 1) Kepuasan terhadap lingkungan kerja, kepuasan atas suasana dan kondisi kerja yang menyenangkan.
- 2) Kepuasan terhadap hasil kerja, kepuasan atas hasil kerja yang memenuhi harapan.
- 3) Kepuasan terhadap perilaku kerja, kepuasan atas perilaku kerja yang dibutuhkan di dalam bekerja.

yy. Indikator Komitmen Organisasi

Indikator komitmen organisasi menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:43):

1) Tanggung jawab

“Karyawan atau pegawai sungguh-sungguh di dalam melaksanakan kewajibannya, tanpa keluh kesah. Wujud kesungguhan tersebut

adalah dengan menuntaskan pekerjaan dengan hasil yang baik (sesuai standar)".

2) Konsisten

"Komitmen itu keselarasan atau kesesuaian antara apa yang disepakati dengan apa yang dilaksanakan. Wujud dari keselarasan tersebut adalah melaksanakan tugas sesuai dengan bidang dan wewenang yang diberikan".

3) Konsekuen

"Komitmen itu teguhnya pendirian dengan tidak mudah menyerah dalam menghadapi berbagai risiko dalam melaksanakan kewajiban".

Indikator komitmen organisasi menurut Meyer dan Allen (1997) dalam Kusumaputri (2018:43-47):

- 1) Komitmen afektif, berkomitmen karena adanya ikatan emosional dengan organisasi misalnya memiliki hubungan yang baik dengan organisasi, mendapatkan apa yang diharapkan dalam organisasi, banyak terlibat dalam kegiatan organisasi, dan sebagainya.
- 2) Komitmen berkelanjutan, berkomitmen karena adanya dampak buruk seperti mendapatkan sanksi jika tidak bekerja dengan baik, mendapat potongan gaji karena terlambat, diberhentikan karena tidak mencapai target, dan sebagainya.
- 3) Komitmen normatif, berkomitmen karena berstatus sebagai anggota organisasi yang sudah sepantasnya sebagai pegawai bekerja dengan penuh tanggung jawab, mengikuti seluruh kebijakan dan aturan perusahaan, bersikap dan berperilaku sebagai bagian organisasi, bangga dan mencintai organisasi.

Indikator komitmen organisasi menurut Steers (2005) dalam Busro (2018:84-85)

- 1) Identifikasi, yakni sebuah keyakinan dan kepercayaan terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi serta menerima kedua hal (nilai dan tujuan) tersebut sebagai bagian kehidupan dalam organisasi.
- 2) Keterlibatan, yakni berupaya selalu memiliki peran atau terlibat dalam setiap kegiatan organisasi.

- 3) Loyalitas, yakni berusaha menjaga hubungan yang baik dengan organisasi dengan memperjuangkan kepentingannya dan mempertahankan diri untuk tidak keluar/ pindah kerja.

zz. Indikator Loyalitas Kerja

Indikator loyalitas kerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:53-54):

- 1) Tingkat kepatuhan

“Tingginya kepatuhan terhadap kebijakan, aturan, dan perintah menunjukkan sikap setia terhadap organisasi. Parameter ini menjadi salah satu sifat dari seorang yang loyal. Apa artinya? Seorang yang setia akan menunjukkan kesetiaannya, dan hal mudah yang dapat dilakukannya adalah dengan menjadi pegawai yang sangat disiplin”.

- 2) Tingkat semangat kerja

“Salah satu wujud kesetiaan adalah sikap semangat di setiap pelaksanaan tugas. Kesetiaan mendorong lahirnya kebahagiaan dan kepuasan, maka visualisasi dari kedua bentuk tersebut adalah keceriaan dalam setiap pekerjaan”.

- 3) Tingkat kinerja (hasil kerja)

“Loyalitas atau kesetiaan perlu dibuktikan dengan hasil kerja yang baik secara konsisten dari waktu ke waktu. Seorang manajer tidak mudah percaya atas perkataan setia dari seorang karyawannya, namun ia akan melihat bukti kesetiaan dari hasil kerja. Apakah ia mampu mencapai target, apakah ia mampu berkontribusi terhadap peningkatan penjualan, dan sebagainya, jika terwujud maka ia telah setia terhadap organisasi”.

- 4) Tingkat keterlibatan

“Salah satu ciri karyawan atau pegawai yang setia adalah selalu melibatkan diri di setiap kegiatan organisasi, selalu mengambil peran dan berupaya memberikan kontribusi”.

Indikator loyalitas kerja menurut Steers dan Porter dalam Umar (2019:40):

- 1) Karakteristik pribadi, memang dalam diri pegawai tertanam sifat setia dan patuh terhadap organisasi.

- 2) Karakteristik pekerjaan, pekerjaan yang diemban adalah bagian dari minat dan bakatnya.
- 3) Karakteristik desain perusahaan, mendapatkan kenyamanan dan kebahagiaan dari lingkungan perusahaan.
- 4) Pengalaman yang diperoleh dalam pekerjaan, mendapatkan ilmu dan keterampilan dari pekerjaan yang diemban.

Indikator loyalitas kerja menurut Drizin dan Schneider dalam Umar (2019:40):

- 1) Rasional, sikap loyal terjadi karena pertimbangan logis seperti mendapatkan gaji yang layak, mendapatkan perlakuan yang adil dan sebagainya.
- 2) Emosional, sikap loyal terjadi karena adanya ikatan atau persaan terhadap organisasi misalnya karena sudah lama bekerja, memiliki hubungan erat dengan rekan kerja, mendapatkan manfaat dari organisasi, mendapatkan dukungan pimpinan, dan sebagainya.
- 3) Spiritual, sikap loyal terjadi karena mendapatkan kebebasan menjalankan kegiatan keagamaan (melaksanakan ibadah, terdapat ruang ibadah, dan sebagainya) dan suasana lingkungan cenderung religius.

aaa. Indikator Kompetensi

Indikator kompetensi menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:99):

- 1) Wawasan
 “Merupakan luasnya pengetahuan dalam keilmuan, sehingga mampu menyelesaikan beragam masalah dengan baik. Kaya akan ide dan kreativitas adalah ciri utama dari luasnya pengetahuan”.
- 2) Keahlian
 “Merupakan kemampuan melaksanakan tugas yang terbukti dapat menciptakan efisiensi dan efektivitas kerja. Pegawai terbukti ahli menyelesaikan tugas dengan baik dan benar serta mampu menghasilkan hasil kerja yang bermutu”.
- 3) Integritas

“Melekatnya suatu nilai-nilai keahlian seperti profesional, tanggung jawab, berkomitmen dan lain sebagainya. Tindakannya di dalam melaksanakan tugas mencerminkan orang yang dapat dipercaya”.

Indikator kompetensi menurut Saleh, dkk. (2013:175):

- 1) Pengetahuan, yakni pengetahuan tentang deskripsi tugas, cara teknis, cara alternatif, dan pengetahuan lain yang dibutuhkan dalam melaksanakan tugas.
- 2) Keahlian, yakni memiliki keterampilan dan keahlian yang relevan dengan tugas yang diemban.
- 3) Kemampuan, yakni memiliki keberanian dan kepercayaan diri serta kestabilan emosi dalam menjalankan tugas.
- 4) Kompetensi lainnya, yakni memiliki keterampilan lain seperti mengoperasikan komputer dan mesin, mengatasi masalah pada mesin/komputer, dapat membuat jaringan internet, dan sebagainya.

Indikator kompetensi menurut Pribadiyono & Hendarto, W. (2019:31-32):

- 1) Kompetensi kognitif, yaitu mencakup pengetahuan, pemahaman, penerapan ide, kemampuan menganalisis, membuat sintesis dan menilai.
- 2) Kompetensi afektif, yaitu mencakup penerimaan, tanggapan, penanaman nilai, pengorganisasian nilai-nilai, dan karakteristik.

bbb. Indikator Disiplin Kerja

Indikator disiplin kerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:119-120):

- 1) Menghargai waktu

“Salah satu ciri pegawai disiplin adalah kebiasaannya terhadap ketepatan waktu. Seperti masuk kerja di awal waktu, melaksanakan tugas tanpa diperintah, mengikuti rapat sebelum pimpinan datang, dan lain sebagainya. Hal-hal tersebut sudah melekat dalam kehidupan sehari-hari”.
- 2) Taat pada perintah

“Ciri lain pegawai disiplin adalah tingginya rasa hormat kepada pimpinan. Dengan sigap pegawai menerima perintah, kemudian segera dilaksanakan dan hasilnya secepat mungkin dilaporkan.

Namun hal yang perlu digaris bawahi, ketaatan tersebut sebatas pada ruang lingkup organisasi”.

3) Taat pada SOP

“Kebiasaan mengikuti SOP adalah ciri pegawai disiplin. Segala sesuatunya selalu melihat ketentuan atau kebijakan. Pegawai selalu melakukan koordinasi dengan pimpinan dan sangat hati-hati dalam mengambil tindakan”.

Indikator disiplin kerja menurut Afandi (2016:10):

- 1) Ketaatan waktu, yakni tepat waktu dalam setiap aktivitas organisasi, memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya (secara efektif), dan tidak pernah mengabaikan tugas.
- 2) Tanggung jawab, yakni mematuhi seluruh aturan organisasi (kebijakan, SOP, strategi), memenuhi seluruh target yang telah ditetapkan, dan rutin memberikan laporan kerja.

Indikator disiplin kerja menurut Rivai dan Sagala (2009:825):

- 1) Disiplin retributif, menindak dan memberi hukuman kepada pegawai yang melakukan kesalahan baik disengaja atau tidak.
- 2) Disiplin korektif, memberikan teguran dan arahan kepada pegawai yang melanggar aturan disiplin.
- 3) Perspektif hak-hak individu, penerapan hukuman disiplin bersifat organisatoris dan tidak mengarah kepada tindakan kekerasan yang dapat melukai fisik pegawai.
- 4) Perspektif Utilitarian, aturan disiplin lebih mempertimbangkan aspek manfaat dari pada hal-hal negatif yang ditimbulkannya seperti merugikan secara finansial maupun kesehatan.

ccc. Indikator Kedisiplinan

Indikator kedisiplinan menurut Helmi dalam Mohtar (2019:46):

- 1) Patuh dan taat dalam penggunaan jam kerja, secara sukarela memanfaatkan jam kerja, melihat sisi efektivitas dari jam kerja yang terbatas, dan mengelola jam kerja dalam mencapai tujuan.
- 2) Menaati jam kerja bukan karena takut, secara sadar datang ke kantor, mengikuti rapat, dan mengerjakan tugas tepat waktu serta aktivitas lainnya.

- 3) Komitmen dan loyal terhadap organisasi, mengedepankan sikap tanggung jawab dan setia terhadap kewajiban yang telah diemban.

Indikator kedisiplinan menurut Hasibuan (2011, 194-198):

- 1) Tujuan dan kemampuan, kesadaran berdisiplin membutuhkan arahan tentang tujuan yang dicapai dan kompetensi yang dibutuhkan, sehingga pegawai memiliki alasan untuk berdisiplin.
- 2) Teladan pimpinan, kedisiplinan pegawai membutuhkan contoh dan upaya pimpinan.
- 3) Balas jasa, kedisiplinan pegawai membutuhkan stimulus berupa kompensasi dan fasilitas lain.
- 4) Keadilan, tingkat kedisiplinan pegawai dipengaruhi oleh keadilan yang melekat pada sistem manajemen.
- 5) Waskat atau pengawasan, kedisiplinan pegawai akan terjadi dengan lebih baik jika para manajer rutin melakukan pengawasan dan penilaian.
- 6) Sanksi hukuman, kesadaran berdisiplin akan lahir karena adanya sanksi hukuman, karena memberikan efek jera yang kuat.
- 7) Ketegasan, sikap disiplin akan terbentuk baik karena para pimpinan bersikap tegas dan konsisten dalam menegakkan aturan disiplin.
- 8) Hubungan kemanusiaan, sikap disiplin pegawai akan meningkat jika lingkungan kerja bersama-sama menjadikan disiplin sebagai budaya kerja.

Indikator kedisiplinan menurut Hasibuan (1995:212):

- 1) Tingkat kehadiran, yakni kesadaran untuk selalu hadir tepat waktu dan memenuhi seluruh kehadiran dalam satu periode tertentu.
- 2) Efektivitas kerja, yakni kepatuhan terhadap prosedur dan perintah atasan dalam menjalankan tugas.
- 3) Efisiensi kerja, yakni kesadaran berinisiatif untuk memaksimalkan sumber daya yang ada walau terbatas guna mencapai tujuan.
- 4) Sikap kerja, yakni merespons seluruh aturan yang ada dan mengerjakannya sesuai aturan.
- 5) Tanggung jawab, yakni secara sadar mengerjakan tugas dengan penuh sungguh-sungguh dan tuntas.

- 6) Disiplin kerja karyawan, yakni bersikap patuh dan taat terhadap seluruh aturan yang berlaku.

ddd. Indikator Kepemimpinan

Indikator kepemimpinan menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:289-290):

- 1) Kepribadian, “yakni sejauh mana karakteristik seorang pemimpin benar-benar dapat mempengaruhi bawahannya, misalnya menjadi teladan dan penggugah/kharismatik”.
- 2) Memiliki pengetahuan memimpin, “yakni seorang pimpinan juga dapat dilihat dari tingkat pengetahuan memimpinnya. Bahwa ia terlahir sebagai orang yang tekun belajar, sehingga ia tahu apa yang harus dilakukan dalam mengorganisasikan orang dengan adil dan bijaksana”.
- 3) Bisa memimpin, “maksud dari kata “bisa memimpin” adalah bahwa ia benar-benar berbakat dalam memimpin. Ia punya kemampuan memimpin, baik alami atau lewat belajar. Ia benar-benar teguh pendirian meski dipandang baik atau benar, ia mampu menundukkan orang lain walau dengan ketakutan atau kebijaksanaan, ia mampu mempengaruhi orang lain walau dengan kekuasaan atau pengetahuan, dan lain sebagainya”.

Indikator kepemimpinan menurut Wahjosumidjo (1991:154):

- 1) Bersikap adil, yakni pemimpin bersikap bijak dan netral dalam setiap kondisi.
- 2) Memberikan sugesti, yakni pemimpin dapat memberikan semangat dan petunjuk untuk mencapai tujuan.
- 3) Mendukung tercapainya tujuan, yakni pemimpin hadir dan terlibat dalam setiap aktivitas organisasi.
- 4) Katalisator, yakni pemimpin bersikap tanggap dan reaktif terhadap seluruh aktivitas organisasi.
- 5) Menciptakan rasa aman, yakni pemimpin berusaha menjaga dan memelihara pegawai dengan memberikan perhatian dan dukungan.
- 6) Sebagai wakil organisasi, yakni pemimpin menjadi informan dan mediator antara kepentingan perusahaan dan pegawai.

- 7) Sumber inspirasi, yakni pimpinan menjadi inisiator dan penggagas dalam setiap kegiatan organisasi.

Indikator kepemimpinan menurut Rivai dalam Mustapa & Maryadi (2018:24):

- 1) Kepemimpinan berorientasi tugas, yakni sikap dan perilaku pimpinan tampak pada upaya mempengaruhi, mengarahkan, mengawasi, mengendalikan, dan menilai kinerja pegawai dalam rangka meningkatkan produktivitas dan hasil kerja yang baik.
- 2) Kepemimpinan berorientasi manusia, yakni sikap dan perilaku pimpinan condong pada upaya mengembangkan, mendorong, memotivasi, membimbing, dan melindungi pegawai agar kualitas SDM meningkat dan mampu meningkatkan produktivitas kerja.

eee. Indikator Gaya Kepemimpinan

Indikator gaya kepemimpinan menurut Fitzpatrick, et. al. (2003) dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:298-300):

- 1) Kepemimpinan kharismatik, yakni dalam memimpin seorang manajer menggunakan kelebihan dan popularitasnya guna mempengaruhi karyawan agar bekerja sesuai arahnya.
- 2) Kepemimpinan otoriter, yakni seorang pemimpin menggunakan posisi dan jabatannya untuk mempengaruhi orang lain agar bekerja sesuai harapannya.
- 3) Kepemimpinan demokratis, yakni dalam memimpin suatu perusahaan seorang pimpinan melibatkan dan mengajak seluruh karyawan untuk turut serta (berpartisipasi) mengambil tanggung jawab memajukan organisasi.
- 4) Kepemimpinan *Leissez Faire*, yakni pimpinan cenderung menyerahkan dan memberikan beban yang besar terhadap bawahannya untuk melakukan berbagai cara agar tujuan organisasi tercapai (seluruh efektivitas dan efisiensi diserahkan kepada pegawai, sehingga menuntut pegawai secara individu mengembangkan kreativitas dan inovasi sendiri di dalam mencapai tujuan perusahaan).
- 5) Kepemimpinan situasional, yakni cara memimpin seorang atas adalah tergantung pada tingkat kesiapan sumber daya yang ada.

- 6) Kepemimpinan transaksional, yakni cara pimpinan menjalankan organisasi adalah dengan memanfaatkan birokrasi dan aturan yang ada untuk mempengaruhi bawahannya.
- 7) Kepemimpinan transformasional, yaitu suatu cara memimpin di mana seorang pimpinan memiliki harapan dan tujuan untuk memajukan organisasi dengan konsep dan gagasan besar dengan melibatkan perubahan pada SDM yang ada.

Indikator gaya kepemimpinan menurut Mustapa & Maryadi. (2018:23-24):

- 1) Otokratis, maksudnya cara memimpin ini lebih menekankan pada pengaruh kekuasaan dan kekuatan agar orang mau bekerja sesuai yang diharapkan.
- 2) Fasilitatif, maksudnya cara memimpin ini menekankan pada pemberian dukungan sehingga pelaksanaan tugas menjadi lebih mudah.
- 3) Partisipatif, yakni dalam memimpin seorang manajer ikut terlibat dalam kegiatan organisasi dan bekerja sama dengan pegawai.
- 4) Kepemimpinan berorientasi, yakni suatu cara memimpin di mana seorang atas menghadirkan gagasan dan ide disertai dengan tujuan jelas apa yang hendak di capai.

Indikator gaya kepemimpinan menurut Kanto & Rapanna (2017:108-110):

- 1) Otokratis, model kepemimpinan yang menggunakan kekuasaan dan kedudukan sebagai dasar memimpin secara absolut.
- 2) Militeristik, model kepemimpinan yang mengedepankan formalitas, struktur, dan jalur perintah.
- 3) Paternalistik, model kepemimpinan yang senantiasa membimbing dan mengarahkan bawahannya.
- 4) Kontingensi, model kepemimpinan yang memadukan antara kekuasaan, pegawai, dan tugas.
- 5) Gaya tiga dimensi, yakni gaya kepemimpinan yang memadukan antara orientasi tugas dan orientasi SDM.
- 6) Laissez Faire, yakni model kepemimpinan yang menyerahkan semua tugas kepada pegawai, termasuk model pelaksanaan tugas ditentukan oleh pegawai itu sendiri.

- 7) Demokratis, yakni model kepemimpinan modern dan partisipatif di mana pegawai diajak bersama-sama membangun perusahaan dengan segenap kemampuan dan daya.

fff. Indikator Budaya Organisasi

Indikator budaya organisasi menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:75-76):

1) Norma umum

Yakni suatu aturan yang mengingat seluruh individu organisasi tanpa terkecuali, dan mencerminkan identitas organisasi itu sendiri. Di mana pembuatan norma tersebut berasal dari pendiri organisasi.

2) Norma khusus

Suatu turunan aturan yang bersifat spesifik, di mana ketentuannya disesuaikan dengan masing-masing bagian, jabatan, dan atau kompetensi. Biasanya mengatur soal spesifikasi pekerjaan, standar kualifikasi kerja, prosedur kerja, dan strategi kerja.

3) Norma etis

Ketentuan yang mengatur nilai-nilai profesionalitas di dalam bekerja, seperti sikap integritas dan proporsional. Norma ini dibuat agar pegawai totalitas di dalam bekerja. Dengan kata lain, aturan yang menuntut pegawai menggunakan seluruh kemampuannya dengan prinsip-prinsip kerja profesional.

4) Norma hukum

Ketentuan yang diambil dari suatu peraturan di luar organisasi, seperti peraturan pemerintah. Umumnya, ketentuan ini hanya berlaku bagi departemen tertentu di dalam organisasi, seperti divisi pajak, divisi penjualan dan divisi keuangan.

5) Norma agama

Ketentuan yang diadopsi dari nilai-nilai agama untuk memberikan keseimbangan hidup di lingkungan organisasi. Sering kali, hiruk pikuk kerja membuat psikologi pegawai terganggu, seperti stres, sedih, murung, hilang semangat karena tidak ada tujuan dan lain sebagainya, maka norma inilah fungsinya memberikan kesegaran tentang arti kehidupan.

6) Norma sosial

Ketentuan yang mengatur nilai-nilai sosial di dalam organisasi, seperti struktur komunikasi, khas interaksi dan lain sebagainya.

Indikator budaya organisasi menurut Ouchi (1981) dalam Sutrisno (2019:9):

- 1) Komitmen, budaya organisasi dilandasi oleh komitmen bersama untuk mencapai tujuan.
- 2) Evaluasi, budaya organisasi rutin melakukan evaluasi terhadap aktivitas kerja, sehingga melahirkan perbaikan-perbaikan.
- 3) Karier kontrol, budaya organisasi memberikan kejelasan masa depan di dalam organisasi dengan demikian lahir kecintaan terhadap organisasi.
- 4) Pembuatan keputusan, pengambilan keputusan mempertimbangkan nilai-nilai budaya untuk senantiasa menjaga dan melestarikan.
- 5) Tanggung jawab, budaya organisasi menuntut semua pegawai terlibat di dalam melaksanakan nilai-nilai budaya organisasi dengan sepenuh hati dan konsekuen.
- 6) Perhatian pada manusia, nilai-nilai budaya berorientasi pada pengembangan SDM, termasuk kesempatan berkembang dan mendapat penghargaan.

Indikator budaya organisasi menurut Sulaksono (2015:14-15):

- 1) Inovatif memperhitungkan risiko, maksudnya budaya organisasi menciptakan suasana yang sensitif terhadap tindakan atau perilaku kerja yang menimbulkan risiko atau keburukan, sehingga para pegawai akan berusaha produktif dan tanggap terhadap berbagai aktivitas organisasi.
- 2) Perhatian yang detail, maksudnya budaya organisasi mendorong para pegawai untuk bekerja secara hati-hati, teliti, dan sepenuh hati sehingga meminimalisir risiko-risiko kerugian.
- 3) Berorientasi hasil, maksudnya budaya organisasi menempatkan pimpinan sebagai orang yang aktif di dalam memotivasi dan mengarahkan para pegawai untuk mencapai tujuan.
- 4) Berorientasi kepentingan pegawai, maksudnya budaya organisasi menjadi motor dalam menciptakan kerja sama yang solid antar

pegawai sehingga terbangun lingkungan kerja yang sehat dan menyenangkan.

- 5) Agresif dalam bekerja, maksudnya budaya organisasi mampu meningkatkan perilaku produktif dengan memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh pegawai.
- 6) Menjaga stabilitas, maksudnya budaya organisasi menjadi jalan bagi pegawai untuk proporsional di dalam bekerja, sehingga tidak ada perilaku yang berlebihan dan merugikan yang berdampak pada menurunnya kesehatan.

ggg. Indikator Lingkungan Kerja

Indikator lingkungan kerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:87-88):

1) *Good Corporate Governance (GCG)*

“Organisasi benar-benar menerapkan sistem manajemen yang profesional, adil dan menyejahterakan sehingga terbangun lingkungan kerja kreatif, inovatif dan kompetitif”.

2) Harmonisasi hubungan sosial

“Hubungan sosial yang dimaksud adalah bahwa setiap pegawai, baik karyawan maupun pimpinan menempatkan dirinya sebagai manusia dan memperlakukan orang lain sebagai manusia, hal tersebut terimplementasi pada interaksi dan komunikasi”.

3) Kenyamanan kerja

“Kenyamanan kerja yang dimaksud mencakup fasilitas yang layak, peralatan kerja yang memadai, tata letak kantor yang nyaman, dan sistem kerja yang adil. Dengan indikator ini para pegawai memiliki rasa terhadap pekerjaan yang diemban. Bahwa tugas yang diberikan tidak semata-mata diselesaikan oleh kompetensi, namun ia mendapatkan dukungan yang cukup dari organisasi berupa peralatan kerja yang memadai”.

4) Menerapkan Nilai-nilai

“Secara masif, organisasi melalui pimpinan selalu menyampaikan nilai-nilai agama, sosial dan etika agar tercipta keseimbangan hidup. Dengan indikator ini pegawai mendapatkan penyegaran, apa artinya?

Sebuah penyeimbang dari hiruk pikuk pekerjaan berupa sentuhan rohani dan sosial”.

Indikator lingkungan kerja menurut Foldspang, et, al. (2014) dalam Pranitasari (2019:61):

- 1) Lingkungan fisik, yakni mencakup keadaan kantor seperti ketersediaan peralatan kerja, kantor yang nyaman, pekerjaan yang aman, jauh dari kebisingan, ruangan yang nyaman (AC), dan sebagainya.
- 2) Lingkungan psikososial, yakni kehangatan suasana kerja seperti hubungan sosial antar pegawai, kebebasan dalam menjalankan tugas sesuai karakteristiknya, pimpinan yang mendukung, dan tim kerja yang solid.
- 3) Kesejahteraan, maksudnya lingkungan diri yang menyangkut emosional pegawai yang berkaitan dengan hak-haknya yang berpengaruh terhadap pembawaan atau suasana batin pada saat bekerja.

Indikator lingkungan kerja menurut Nitisemito (2010: 159):

- 1) Suasana kerja, yaitu kenyamanan dan ketenangan kerja yang didapat dari lingkungan yang baik dan sehat.
- 2) Hubungan dengan rekan kerja, yakni baiknya hubungan sosial antar pegawai, yang tercermin dari interaksi dan komunikasi yang akrab.
- 3) Fasilitas kerja, yakni tersedianya peralatan dan perlengkapan kerja yang menunjang kemudahan dan kelancaran menjalankan tugas.

hhh. Indikator Kompensasi

Indikator kompensasi menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:130):

- 1) Kelayakan
Apakah secara kuantitas (jumlah) maupun kualitas (kesesuaian) kompensasi telah diberikan kepada pegawai sebagai wujud saling menghargai. Organisasi benar-benar menghitung besaran kompensasi secara profesional, tidak ada sedikit pun keringat pekerja yang terlewatkan.
- 2) Keadilan
Apakah berbagai jenis dan bentuk kompensasi telah diberikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ketenagakerjaan, dan

bagaimana pekerja menunaikan kewajibannya dengan sungguh-sungguh. Organisasi benar-benar menunaikan kewajibannya yakni menghadirkan semua jenis kompensasi seperti memberikan gaji, tunjangan kesehatan, tunjangan hari tua, insentif dan semua bentuk kompensasi lain sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

3) Ketepatan

Kompensasi diberikan sesuai jabatan, waktu dan risiko pekerjaan. Prinsip yang diterapkan adalah asas keadilan. Maksudnya, semua pekerja mendapatkan hak sesuai dengan faktor-faktor yang melekat pada tanggung jawabnya.

Indikator kompensasi menurut Susanto (2017:38):

- 1) Kompensasi langsung (finansial), yakni kompensasi yang diberikan langsung kepada pegawai dalam bentuk finansial seperti gaji, bonus, insentif, tunjangan, dan hadiah.
- 2) Kompensasi tidak langsung (non finansial), yakni kompensasi yang diberikan tidak secara langsung dan bukan berupa finansial, namun pegawai mendapatkan nilai manfaatnya seperti jaminan kesehatan, promosi jabatan, liburan, menunaikan ibadah haji, dan sebagainya.

iii. Indikator Insentif

Indikator insentif menurut Sinambela (2012:5):

- 1) Kinerja, yakni besaran insentif bergantung pada seberapa baik kinerja pegawai.
- 2) Lama kerja, yakni besaran insentif sangat bergantung pada lamanya penyelesaian tugas.
- 3) Senioritas, yakni sistem pemberian insentif berorientasi pada pengalaman kerja yang matang, sehingga dianggap mampu menyelesaikan tugas lebih baik.
- 4) Kebutuhan, yakni insentif diberikan atas pertimbangan kesejahteraan pegawai.
- 5) Keadilan, yakni insentif diberikan berdasarkan banyak aspek yang melekat pada pegawai itu sendiri seperti kompetensi, tingkat pendidikan, tanggung jawab, kegigihan, hasil, dan sebagainya.

- 6) Kelayakan, yakni insentif diberikan atas pertimbangan aturan ketenagakerjaan dan kesejahteraan hidup.
- 7) Evaluasi jabatan, insentif diberikan atas pertimbangan hasil penilaian jabatan.

Indikator insentif menurut Mangkunegara (:89):

- 1) Pembayaran sederhana, insentif diberikan secara langsung setelah tugas selesai dan prosedur pemberiannya sederhana.
- 2) Berpengaruh terhadap hasil kerja, tujuan pemberian insentif adalah agar produktivitas kerja pegawai meningkat.
- 3) Kecepatan pembayaran, umumnya insentif diberikan setelah pekerjaan selesai sehingga pekerja dapat segera memanfaatkannya.
- 4) Standar kerja, besaran insentif sangat bergantung pada standar yang berlaku, khususnya berkenaan dengan batas rendah dan tingginya pemberian insentif.
- 5) Berpengaruh terhadap semangat kerja, yakni pemberian insentif yang berbasis pembayaran perjam cenderung dapat merangsang semangat kerja pegawai, karena dianggap lebih sesuai.

jjj. Indikator Tunjangan Kerja

Indikator tunjangan kerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:140):

- 1) Tunjangan tetap

“Ketika seorang pekerja resmi diterima, sesungguhnya telah diatur hak-hak dasar apa saja yang melekat seperti tunjangan kesehatan, tunjangan hari raya dan tunjangan tambahan kerja (*lembur/shift*)”.
- 2) Tunjangan kinerja

“Tunjangan yang hanya diberikan ketika pekerja mampu membuktikan hasil kerja yang baik dalam waktu yang telah ditentukan. Faktanya, tidak semua organisasi menerapkan sistem tunjangan seperti ini, hanya beberapa perusahaan besar atau organisasi pemerintahan”.
- 3) Tunjangan jabatan

“Tunjangan yang hanya diberikan ketika pekerja memiliki posisi strategis. Hal tersebut dilakukan sebagai bentuk penghargaan atas tanggung jawab yang besar. Misalnya seperti tunjangan

kendaraan/transportasi, tunjangan fasilitas kerja, tunjangan rumah, dan lain sebagainya”.

Indikator tunjangan kerja menurut Mulyapradana & Hatta (2016:69-70):

- 1) Tunjangan tetap, yakni tunjangan yang diberikan secara rutin dan umumnya melekat pada pegawai itu sendiri seperti tunjangan jabatan, tunjangan keahlian, tunjangan kesehatan, dan tunjangan fasilitas kerja.
- 2) Tunjangan tidak tetap, yakni tunjangan yang tidak diberikan secara periodik dan tergantung pencapaian atau prestasi kerja misalnya tunjangan transportasi, bonus atas target, dan tunjangan makan.

kkk. Indikator Jenjang/ Pengembangan Karier

Indikator jenjang/ pengembangan karier menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:159):

- 1) Promosi

“Meningkatnya jabatan dari bawah ke atas berdasarkan pemenuhan syarat tertentu dan ditetapkan oleh pimpinan organisasi”.
- 2) Rotasi

“Memberikan kesempatan untuk berkembang dengan menerima jabatan pada divisi atau bagian lain. Hal tersebut dimaksudkan agar pekerja memiliki kemampuan adaptasi yang baik”.
- 3) Kesempatan lain-lain

“Pemberian kesempatan berupa pelatihan atau pendidikan atau keterlibatan yang fokus utamanya adalah peningkatan kompetensi kerja, tidak berkaitan dengan peningkatan jabatan”.

III. Indikator Promosi Jabatan

Indikator promosi jabatan menurut Wahyudi (2011:173):

- 1) Loyalitas

“Hal pertama yang dinilai dalam promosi adalah kesetiaannya terhadap organisasi, apa artinya? Pegawai selalu mendukung dan ikut serta menyukseskan kebijakan-kebijakan perusahaan”
- 2) Prestasi kerja

“Selain setia, pegawai tersebut memiliki prestasi kerja yang baik”
- 3) Kompetensi

“Pegawai memiliki kompetensi pada bidang jabatan baru yang akan didelegasikan”.

4) Pengalaman / masa kerja

“Memiliki masa kerja yang cukup”.

5) Kepribadian

“Memiliki kepribadian yang baik (interaksi dan komunikasi)”.

mmm. Indikator Rotasi

Indikator rotasi menurut Hasibuan (2002) dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:379-380):

1) Tujuan peningkatan kompetensi

“Rotasi dapat diukur berdasarkan tujuan kompetensi, artinya? Sejauh mana rotasi dapat meningkatkan keahlian kerja pegawai, keahlian yang dimaksud memiliki pengetahuan yang luas dan terampil dalam menyelesaikan tugas dan mengatasi masalah dengan lebih baik (efektif dan efisien)”.

2) Tujuan peningkatan hubungan kerja

“Rotasi dapat dinilai dari sejauh mana dampaknya terhadap pembangunan hubungan kerja antar pegawai, apa artinya? Apakah seseorang yang di rotasi dapat menjalin interaksi dan komunikasi yang baik”.

3) Tujuan peningkatan kepribadian pegawai

“Melalui rotasi kepekaan pegawai terhadap sesama meningkat. Mereka yang masuk program rotasi menjadi pribadi yang humanis dan sosialis”.

4) Tujuan penurunan kejenuhan

“Rotasi kerja dapat diukur melalui keefektifannya dalam menekan perasaan bosan, jenuh, dan kurang bersemangat di dalam bekerja, karena rutinitas yang sangat biasa”.

5) Tujuan peningkatan motivasi kerja

“Rotasi kerja dapat diukur melalui keefektifannya dalam meningkatkan kegairahan kerja pegawai, karena mendapatkan hal baru, tantangan baru, dan lingkungan baru yang menyegarkan”.

6) Tujuan peningkatan komunikasi

“Rotasi kerja dapat diukur melalui keefektifannya dalam membangun gaya komunikasi yang luwes, apa artinya? Pegawai mengembangkan model komunikasi yang santun dan menghargai pendapat orang serta mengedepankan pemeliharaan hubungan”.

nnn. Indikator Turn Over Intention

Indikator turnover intention menurut Simamora (2004:626):

- 1) Ada niat berhenti kerja, yakni keinginan keluar dari perusahaan karena banyak alasan, salah satunya kompensasi.
- 2) Mencari pekerjaan lain, yaitu karyawan mencari pekerjaan lain yang memiliki karakteristik lebih baik misalnya gaji lebih besar, berstatus karyawan tetap, posisi lebih baik, dan sebagainya.
- 3) Membandingkan pekerjaan, yakni pegawai membandingkan keadaannya di dalam suatu perusahaan dengan keadaan di tempat orang lain atau temannya bekerja, yang menurutnya lebih baik.
- 4) Berpikir keluar, yaitu adanya pemikiran untuk keluar karena telah menemukan pekerjaan yang dianggap lebih baik.

ooo. Indikator Struktur Organisasi

Indikator struktur organisasi menurut Ashkenas, et al (2015) dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:329-330):

1) Jalan cepat

“Struktur organisasi saat ini (modern) banyak memangkas birokrasi, kenapa? Untuk menciptakan pelayanan yang baik, apa? pelayanan yang dapat segera diterima dengan cara yang benar, apa dampaknya? Pelanggan puas dan perusahaan mendapatkan keuntungan. Dengan kata lain, pola struktur organisasi modern menuntut orang-orang yang berada pada jalur formal agar menciptakan model kerja yang cepat dengan hasil yang lebih baik”.

2) Fleksibilitas

“Setelah struktur menunjukkan seberapa cepatnya manajemen berjalan, maka akan terbangun kesesuaian (fleksibel), apa maksudnya? Terbangunnya kinerja cepat secara otomatis akan menuntut banyak penyesuaian-penyesuaian, dan ini adalah fleksibel.

Para manajer akan dihadapkan pada banyak permintaan dan tuntutan, di sisi lain tuntutan tersebut membutuhkan respons yang cepat, maka para manajer harus mampu mengambil banyak jalan”.

3) Integrasi

“Setelah kecepatan kinerja terbangun dan fleksibilitas tercipta, selanjutnya struktur yang baik akan memfasilitasi hubungan antar divisi, kenapa demikian? Tentu tidak mungkin kecepatan dan fleksibilitas terbangun jika sistem manajemen masih konvensional, maka jalan menyatukan seluruh bagian tim kerja adalah keniscayaan”.

4) Inovasi

“Hal yang menarik setelah ketiga di atas terbangun adalah terbangun inovasi, bagaimana bisa? Struktur yang baik akan menghadirkan orang-orang yang berkinerja tinggi, fleksibel, dan mampu bersatu (integrasi). Tentu dengan keadaan ini akan mendorong banyak terobosan baru agar kecepatan pelayanan tetap terjaga, fleksibilitas terjaga, dan integrasi terjaga. Bentuk terobosan yang dimaksud secara eksplisit berupa aturan dan kebijakan, konsep kerja yang relevan, pemanfaatan teknologi, dan menciptakan produk atau jasa yang memuaskan pelanggan”.

Indikator struktur organisasi menurut Budiasih (2012:101)

- 1) Spesialisasi
- 2) Pengelompokan rantai komando
- 3) Rentang kendali
- 4) Pendelegasian wewenang
- 5) Formalisasi

ppp. Indikator Sistem Kerja

Indikator sistem kerja menurut Wu dan Chaturvedi (2009) dalam Masrukhin (2015:76):

- 1) Selektivitas, yakni adanya sistem penyaringan yang membantu manajemen mereduksi kesalahan atau risiko.
- 2) Pelatihan komprehensif, yakni terdapat program pelatihan yang terjadwal dan rutin dilakukan, sebagai upaya peningkatan keterampilan kerja.

- 3) Peluang karier internal, yakni adanya sistem karier yang menjadi harapan dan semangat di dalam bekerja.
- 4) Penilaian formal, adanya sistem penilaian yang mengevaluasi kinerja karyawan dan memberikan umpan balik.
- 5) Pemberdayaan, yakni sistem kerja berorientasi pada pengembangan dan peningkatan kualitas SDM.
- 6) Kompensasi berbasis kinerja, yakni sistem kerja dibuat atas dasar kerja keras, pencapaian kinerja, dan produktivitas kerja.

qqq. Indikator Self Efficacy/ Efikasi Diri

Indikator efikasi diri menurut Fattah (2017:88):

- 1) Keyakinan yang kuat, yakni tekad yang kuat yang menjadi sumber semangat di dalam menyelesaikan berbagai tugas yang sulit dan baru.
- 2) Kemampuan yang menjadi sumber kepercayaan diri, yakni memiliki kemampuan yang diyakini dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik.
- 3) Generalisasi, yakni ketangguhan diri atau kepribadian yang dapat beradaptasi dengan berbagai lingkungan atau kondisi.

rrr. Indikator Locus of Control

Indikator locus of control menurut Rotter (1954) dalam Safitri (2013:281):

- 1) Locus of control internal, “bahwa individu percaya dirinya bertanggung jawab atas segala kejadian yang dialami. Ia percaya bahwa kesuksesan dan kegagalan yang dialami disebabkan oleh tindakan dan kemampuannya sendiri”.
- 2) Locus of control eksternal, “yakni melihat keberhasilan pada dasarnya ditentukan oleh kekuatan dari luar dirinya, apakah itu keberuntungan, konteks sosial, atau orang lain. Individu dengan control eksternal merasa tidak mampu mengontrol peristiwa-peristiwa yang terjadi pada dirinya”.

sss. Indikator Kepemimpinan Transformasional

Indikator kepemimpinan transformasional menurut Hutahayan, dkk. (2019:13-14):

- 1) Pengaruh idealisme, yakni cara memimpin yang mengedepankan suri tauladan dan ketokohan.
- 2) Motivasi inspirasional, yakni cara memimpin yang mampu membangkitkan semangat para pegawai, dengan menunjukkan jalan mencapai tujuan dan harapan.
- 3) Stimulasi intelektual, yakni pemimpin memiliki tingkat kecerdasan yang tinggi dengan menghadirkan gagasan, kreativitas dan inovasi.
- 4) Konsiderasi individual, yakni pemimpin membangun hubungan yang baik dengan pegawai, memperjuangkan kepentingan pegawai, dan pemberi solusi atas berbagai permasalahan pegawai.

ttt. Indikator Pengalaman

Indikator pengalaman kerja menurut Harras, Sugiarti, dan Wahyudi (2020:249-250):

- 1) Tingkat pengetahuan
 “Tingkat pengetahuan seseorang dapat menjelaskan seberapa lama ia belajar, seberapa sering ia membaca, jenis buku atau pengetahuan apa saja yang telah dipelajarinya, bagaimana cara berpikirnya, bagaimana daya analisisnya, dan lain sebagainya”.
- 2) Tingkat keahlian
 “Faktanya orang ahli disebut orang yang berpengalaman, memang kenyataannya orang ahli karena ia sering praktek, ia sering bekerja, ia sering menyelesaikan masalah atau kasus, ia sering menghadapi masalah, dan lain sebagainya”.
- 3) Tingkat karakteristik
 “Kata-kata bijak, sabar dan santun tidak terjadi dengan sendirinya, banyak orang yang mempelajari dan mempraktekkan hal tersebut sejak kecil. Bahkan ada sebagian orang selama proses latihannya mengalami penderitaan. Karena itu ia dapat memahami kehidupan”.

uuu. Indikator Profesionalitas Kerja

Indikator profesionalitas kerja menurut Hamirul, dkk. (2018:135):

- 1) Kemahiran, yakni memiliki kompetensi yang teruji dan terbukti dapat menyelesaikan tugas dengan baik.

- 2) Kesiapan, yakni memiliki kesiapan dan kematangan emosi serta berpikir sehingga dalam bekerja penuh kehati-hatian dan perhitungan.
- 3) Tanggung jawab, yakni bermental pekerja keras, sungguh-sungguh, tuntas dalam menyelesaikan tugas, dan berani mengambil risiko atas tindakannya.
- 4) Disiplin, yakni berkepribadian teratur, patuh, dan taat terhadap seluruh aturan yang berlaku.
- 5) Sikap kerja, yakni sikap kerja yang menjunjung tinggi nilai-nilai etis seperti kesopanan, keramahan, tanggap, empati, dan sebagainya.

vvv. Indikator Pendidikan

Indikator pendidikan menurut Harras, Sugiarti, dan Wahyudi (2020:239-240):

1) Kualitas belajar

“Ruh pendidikan adalah belajar, dan untuk melihat keberhasilan pendidikan dapat melihat bagaimana suatu proses belajar dilakukan, menggunakan metode apa, siapa yang mengajarkan ilmu, lebih banyak teori atau praktek, dan lain sebagainya”.

2) Tekad belajar

“Komponen belajar yang paling sensitif adalah tekad. Tekad berkaitan dengan semangat. Kuatnya tekad akan melahirkan kekuatan untuk semangat belajar, kekuatan untuk sabar belajar, kekuatan untuk fokus belajar, kekuatan untuk konsisten, dll”.

3) Intensitas

“Keberhasilan pendidikan dapat dilihat dari seberapa sering belajar, seberapa banyak latihan, seberapa rutin membaca dan berdiskusi, seberapa gigih mencoba, seberapa kuat diuji, dll. Dengan banyaknya intensitas belajar maka akan membentuk pengalaman yang melekat”.

4) Konsistensi

“Hal terakhir yang harus dimiliki dalam proses pendidikan adalah konsistensi. Artinya, tetap dan selalu belajar kapan pun dan sampai kapan pun, pantang menyerah, tidak menjadikan kekurangan sebagai alasan, dll”.

Indikator pendidikan dan pelatihan (diklat) menurut Tobari (2015:29):

- 1) Materi, yakni bahan ajar yang digunakan dalam pendidikan memuat kejelasan tujuan, sasaran, dan manfaat hasil pembelajaran.
- 2) Metode, yaitu cara-cara di dalam menyampaikan ilmu pada saat proses pendidikan yang memuat ketepatan metode, kelengkapan peralatan, kelayakan fasilitas, variasi teknik pelatihan dan pendidikan, efektivitas komunikasi dan interaksi selama diklat, dan pelatih yang profesional (kompeten dan berpengalaman).
- 3) Evaluasi, maksudnya setelah peserta mengikuti diklat maka para peserta memiliki tingkat pengetahuan dan keterampilan kerja yang lebih baik, meningkatnya produktivitas dan kinerja, dan cakap dalam membuat dan mengambil keputusan.

www. Indikator Pelatihan Kerja

Indikator pelatihan menurut Harras, Sugiarti, dan Wahyudi (2020:230):

1) Kualitas SDM

“Inti dari pelatihan adalah pegawai yang menjadi peserta. Jika kualitas SDM yang dikirim pelatihan baik maka mereka akan mengikuti pelatihan dengan sungguh-sungguh. Artinya, peserta akan menggunakan kecerdasannya untuk menyerap semua ilmu selama mengikuti pelatihan”.

2) Kualitas Pelatihan

“Yakni keseluruhan pelatihan dilakukan dengan baik sesuai dengan SOP, termasuk peserta, pelatih, fasilitas, dll”.

3) Metode pelatihan

“Metode pelatihan berpengaruh terhadap suasana pelatihan. Yang artinya, peserta akan lebih tertarik dan mudah mendapatkan pengetahuan jika metode yang diterapkan bagus”.

4) Sarana pelatihan

“Yakni tempat pelatihan nyaman dan tersedia peralatan yang memadai serta lengkap”.

Indikator pelatihan menurut Mangkunegara dalam Sudaryo, dkk (2018:135-136):

- 1) Instruktur, yakni pelatih yang ditunjuk memiliki kompetensi dan pengalaman yang mumpuni.

- 2) Peserta, yakni peserta pelatihan dipilih berdasarkan pemenuhan sejumlah kriteria dan memiliki semangat yang tinggi.
- 3) Materi, yakni bahan pelatihan berisikan petunjuk teknis yang jelas dan mudah dipahami.
- 4) Metode, yakni cara-cara yang digunakan selama pelatihan menarik dan efektif di dalam mempelajari suatu ilmu atau latihan kerja.
- 5) Tujuan, yakni pelatihan memiliki tujuan yang spesifik dan jelas sehingga seluruh peserta, penyelenggara, dan pelatih fokus pada tujuan yang hendak dicapai.
- 6) Sasaran, yaitu pada akhir pelatihan ada sebuah kegiatan yang dapat mengukur sejauh mana kompetensi peserta setelah mengikuti pelatihan.

Indikator pelatihan menurut Siagian dalam Sudaryo, dkk (2018:136-137):

- 1) Partisipasi, yakni para peserta yang mengikuti pelatihan aktif dan antusias di dalam mengikuti seluruh proses pelatihan, sehingga suasana pelatihan menjadi hidup/ menyenangkan.
- 2) Materi pelatihan, yakni bahan ajar pelatihan sangat mudah dimengerti, memiliki contoh-contoh yang jelas, dan mudah untuk dipraktekkan.
- 3) Tingkat kesulitan kerja, yakni pelatihan dimaksudkan untuk mempelajari tugas-tugas sulit atau baru, sehingga peserta memiliki kompetensi dan kesiapan dalam menghadapi tantangan kerja.
- 4) Transfer pengalihan, yakni suatu pelatihan di maksudkan sebagai penyebaran ilmu khususnya dari pelatih kepada peserta, dan kemudian dari peserta kepada pegawai lain.

xxx. Indikator Beban Kerja

Indikator beban kerja menurut Meshkati & Hancock (2011:305):

1) Tugas

“Maksudnya, tugas memiliki tingkat kesulitan yang tinggi, sehingga kompetensi yang dimiliki saat ini tidak dapat menjangkau tugas tersebut. Di sisi lain, pegawai dituntut untuk dapat mengerjakan dan menyelesaikan. Keadaan ini secara langsung menjadi sebab beban yang berat bagi pegawai, dan memberikan dampak buruk lain seperti stres dan kondisi fisik yang lemah”.

2) Lingkungan

“Maksudnya, hubungan sosial yang kurang baik dari pimpinan kepada pegawai atau sebaliknya, dan atau antara pegawai. Keadaan ini secara logis dapat dijelaskan sebagai berikut, bahwa di dalam organisasi antara satu dengan yang lain saling berhubungan, maka kehidupan sosial harus terbangun, jika tidak akan terjadi sensitivitas yang menyebabkan emosi setiap pegawai tidak stabil dan mengorbankan tugas. Dalam keadaan lingkungan yang seperti ini, sesungguhnya beban kerja lahir karena tekanan hubungan antar pegawai yang merusak stabilitas emosi, dan dampak buruknya kerja sama tim tidak kompak”.

3) Sistem kerja

“Maksudnya, sistem kerja yang ketat. Kondisi ini dapat kita temukan pada perusahaan pabrik. Di mana produktivitas menjadi segalanya, sementara para manajer kurang memahami bagaimana membangun pola kerja yang baik. Mereka terlalu fokus pada kerja dan kerja, sehingga aturan diberlakukan secara kaku, dampaknya pegawai merasa terbebani dengan sistem kerja yang seperti ini, alhasil tingkat pengunduran diri/ berhenti kerja mengalami peningkatan”.

4) Sistem manajemen

“Maksudnya, proses kerja atau prosedur kerja yang ketat. Ini menjadi alasan lain dari beban kerja. Bahwa pegawai merasa kurang berekspresi, karena aturan yang kaku, sehingga perilaku yang muncul adalah kejenuhan kerja. Pada saat kondisi seperti ini, pegawai akan sulit meningkatkan semangat kerja”.

5) Keterbatasan fasilitas

“Maksudnya, tuntutan yang tinggi namun tidak diimbangi dengan fasilitas kerja yang memadai. Terkadang pada sebuah restoran seorang pengantar makanan dituntut untuk cepat mengirim pesanan ke rumah pelanggan. Namun, sayangnya armada yang disediakan hanya roda dua, sehingga kapasitas pengiriman menjadi kurang optimal, alhasil pegawai harus bolak-balik ambil barang dan mengirimkan kepada konsumen. Dengan model seperti ini tentu

membuat pegawai lelah dengan tenaga yang terkuras, pikiran yang terkuras, dan waktu yang habis karena kurangnya peralatan kerja”.

6) Respons yang rendah

“Maksudnya, para pimpinan kurang tanggap menyikapi atau lambat di dalam memberikan kebijakan operasional. Dengan keadaan ini mengakibatkan terjadi ketidaklancaran kerja. Jika, kita mengambil ilustrasi pada perusahaan jasa pengiriman, maka akan terjadi keterlambatan pengiriman, dan akibatnya para *Driver* mendapatkan cacian dan makian dari konsumen. Pada kondisi ini, para pegawai merasa mendapatkan posisi yang kurang diuntungkan, kenapa? Karena kesalahan para manajer mereka harus menerima keluhan pelanggan”.

7) Kinerja yang rendah

“Maksudnya, akselerasi kompetensi dan perilaku kerja belum dapat mengimbangi kemajuan tugas”.

8) Lemah mental

“Maksudnya, pegawai memiliki sifat atau kepribadian yang sangat sensitif, sehingga mudah tersinggung atau mudah patah semangat”.

9) Kurang penghargaan

“Maksudnya, hasil kerja yang telah menguras tenaga dan pikiran serta waktu belum dapat dipandang sebagai hasil kerja yang baik, sehingga menurunkan semangat kerja”.

Indikator beban kerja menurut Busro (2018:302):

- 1) Kuantitas kerja yang ditargetkan, maksudnya beban kerja terjadi karena banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan atau dicapai, namun pegawai memiliki banyak batasan seperti waktu, tenaga, fasilitas, dan peralatan kerja.
- 2) Kualitas kerja yang dituntut, maksudnya beban kerja terjadi karena kualitas yang ditetapkan terlalu tinggi atau belum sepadan dengan kompetensi pegawai dan dukungan kerja.
- 3) Jumlah jam kerja, maksudnya pegawai merasa terbebani jika jam kerja terlalu banyak, atau melampau jam kerja yang telah ditetapkan, dan atau jumlah jam kerja tidak sebanding dengan kompensasi yang diterima.

yyy. **Indikator Stres Kerja**

Indikator stres kerja menurut Goyal (2010:57):

1) Gangguan psikologi

“Stres kerja dapat dilihat dari tingkat emosional seperti mudah marah, mudah tersinggung, mudah berburuk sangka, suka menyendiri, suka berteriak, muka kusut, susah tersenyum, tidak banyak berbicara, dan lain sebagainya, yang menyebabkan motivasi kerja rendah. Dampak terburuk dari ini adalah lepas kendali, artinya pegawai sangat sensitif dan berpotensi menimbulkan konflik horizontal”.

2) Gangguan berpikir

“Stres dapat dilihat dari pola pikir seorang pegawai, ia tidak dapat fokus pada pekerjaan, kurang perhatian, tingkat keterlibatan rendah, dan lain sebagainya. Dampak dari stres ini berpengaruh terhadap tingkat efektivitas organisasi. Selain itu, gangguan berpikir dapat menghilangkan kepekaan atau sensitivitas kompetensi yang menurunkan kualitas hasil kerja”.

3) Gangguan sikap

“Stres kerja dapat menurunkan rasa tanggung jawab, tidak jujur, kurang komitmen dan bahkan rendahnya moralitas pekerja seperti sombong, iri hati, berburuk sangka, dan lain-lain. Hal terburuk dari stres terhadap sikap adalah ketidakpedulian, ia tidak lagi beriktikad baik dengan kebaikan, ia sulit mengidentifikasi diri pada kebaikan, dan ia mengabaikan masa depan (karier)”.

4) Gangguan perilaku

“Ketika seorang pegawai sering absen, malas-malasan dalam bekerja, kurang memperhatikan instruksi pimpinan, membuat gaduh pegawai lain, maka sesungguhnya stres sudah pada level akut, dan perlu ditangani dengan cara kuat”.

Indikator stres kerja menurut Beehr dan Newman (1978:665):

- 1) Psikologis, stres kerja dapat terlihat pada gangguan mental dan emosi misalnya mudah marah, sensitif, mudah tersinggung, terbawa perasaan, dan sebagainya.

- 2) Fisik, stres kerja menguras pikiran yang menyebabkan kesehatan tubuh menurun seperti mudah lelah, mudah sakit kepala dan sakit perut, dan sebagainya.
- 3) Perilaku, stres kerja berdampak pada perubahan perilaku misalnya mudah ceroboh, tidak fokus dalam menjalankan tugas, malas, datang terlambat, mudah mengabaikan perintah, dan sebagainya.

zzz. Indikator Etos Kerja

Indikator etos kerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:180):

- 1) Kerja keras
Bersungguh-sungguh menjalankan tugas dengan rasa tanggung jawab dan menuntaskan pekerjaan dengan segenap tenaga, pikiran dan waktu.
- 2) Tanpa pamrih
Bekerja penuh kesadaran, tanpa disuruh dan tidak perhitungan. Segala sesuatunya atas inisiatif dan kreativitas sendiri.
- 3) Gigih
Pantang menyerah menghadapi masalah, dan selalu semangat dalam menjalani hari-hari di dalam organisasi.
- 4) Pembawa perubahan
Memiliki kontribusi besar terhadap pencapaian tujuan organisasi, sekaligus dapat mempengaruhi orang-orang yang ada di sekitarnya untuk mengeluarkan potensi yang besar
- 5) Penggagas
Menjadi model atau inspirasi bagi orang lain untuk berkembang, maju, dan berubah. Hal tersebut dapat terwujud dalam bentuk pemikiran, sikap, perilaku, dan hasil kerja.

Indikator etos kerja menurut Karauwan & Mintardjo (2015:1206):

- 1) Kerja keras, etos kerja menunjukkan perilaku kerja keras, gigih, dan pantang menyerah.
- 2) Komitmen, etos kerja berarti bersikap tanggung jawab, jujur, dan dapat dipercaya.
- 3) Kreativitas, yakni berpikir kreatif, alternatif, dan dapat menghadirkan cara-cara baru yang lebih efektif dalam menjalankan tugas.

- 4) Kerja sama, yakni etos kerja berarti menunjang tinggi kebersamaan, menjalin hubungan yang baik, saling membantu dan gotong royong.
- 5) Ketepatan waktu, yakni etos kerja berarti menjunjung kedisiplinan waktu seperti datang tepat waktu, memberikan laporan tepat waktu, mengerjakan dan menyelesaikan tugas sesuai jadwal, menghadiri rapat tepat waktu, dan sebagainya.
- 6) Keadilan, yakni etos kerja mengedepankan sikap proporsional, bijak sana, dan profesional.
- 7) Kedermawanan, yakni etos kerja berarti bersikap rendah hati, peduli, dan bersahaja (suka membantu).

aaaa. Indikator Rekrutmen

Indikator rekrutmen menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:200):

- 1) Kebutuhan
 “Rekrutmen melihat sejauh mana kebutuhan organisasi akan SDM unggul dapat terpenuhi, sehingga berbagai tujuan-tujuan dapat terealisasi”.
- 2) Kualifikasi
 “Untuk mengundang SDM yang tepat maka diperlukan kriteria atau persyaratan rekrutmen, baik secara administrasi maupun syarat teknis”.
- 3) Publikasi
 “Kualitas publikasi berpengaruh besar dalam menjangkau SDM-SDM potensial. Baik dan bagusnya media publikasi dapat mengundang seluruh orang-orang potensial, dan secara alamiah dapat menggugurkan pelamar yang kurang atau tidak potensial”.
- 4) Seleksi dokumentasi
 “Pada tahap ini diperlukan kecermatan tim rekrutmen dalam melihat potensi-potensi pelamar yang tercantum pada dokumen”.

Indikator rekrutmen menurut Yullyanti (2011:134):

- 1) Kebijakan organisasi , rekrutmen diselenggarakan atas dasar ketentuan manajemen dan kebutuhan organisasi terhadap tenaga kerja.

- 2) Perencanaan rekrutmen, rekrutmen dilakukan mengikuti peta rencana penerimaan pegawai, termasuk di dalamnya terdapat proses (tahapan) pelaksanaan rekrutmen secara sistematis dan terstruktur.
- 3) Metode Rekrutmen, keberhasilan rekrutmen juga ditentukan oleh metode perekrutan yang dipilih, karena baiknya suatu metode akan mampu mengumpulkan orang-orang yang potensial.
- 4) Prosedur, agar rekrutmen berhasil maka diperlukan panduan atau tata laksana perekrutan.
- 5) Waktu Pelaksanaan, rekrutmen memerlukan waktu yang jelas dan pasti kapan dan berapa lama proses rekrutmen dilakukan, dengan demikian tercipta efisiensi.
- 6) Sumber-sumber Rekrutmen, rekrutmen juga mempertimbangkan sumber-sumber yang tepat, agar para pelamar adalah orang-orang yang telah menjadi sasaran di dalam perekrutan tenaga kerja baru.
- 7) Kendala Rekrutmen, rekrutmen perlu mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang dapat menghambat proses perekrutan, baik yang bersumber dari internal maupun eksternal, sehingga dapat menghadirkan alternatif.

bbbb. Indikator Seleksi

Indikator seleksi menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:209-210):

- 1) Tahapan yang jelas

“Agar seleksi mendapatkan orang-orang yang berkualitas, maka tahapan ujian harus dibuat secara formal. Jelas jadwalnya, jelas tempatnya, jelas aturannya, jelas ukurannya, dll. Dengan kejelasan ini maka memungkinkan panitia pelaksana untuk melakukan tahapan seleksi secara benar”.
- 2) Kualitas metode

“Metode berpengaruh dalam upaya memilah calon pekerja yang potensial. Semakin baik metode yang diterapkan, dengan sendirinya akan mereduksi pekerja yang kurang potensial, sehingga akan menyisakan orang-orang yang kompeten dalam bekerja, berkepribadian baik, dan cerdas”.
- 3) Penguji ahli

“Kualitas penguji menjadi parameter penting dalam pelaksanaan seleksi. Biasanya penguji ahli akan menciptakan suasana ujian yang baik dan mempengaruhi psikologi peserta”.

4) Fasilitas seleksi

“Meskipun tidak memiliki kontribusi yang dominan, namun ketersediaan fasilitas memiliki pengaruh yang penting, terutama dalam hal kesempurnaan pelaksanaan. Tentu, fasilitas berperan sebagai pendukung kegiatan seleksi agar berjalan sesuai harapan”.

Indikator seleksi menurut Yullyanti (2011:134):

- 1) Kebijakan Organisasi
- 2) Metode Seleksi
- 3) Prosedur
- 4) Pelaksana seleksi
- 5) Peserta Seleksi
- 6) Deskripsi Pekerjaan
- 7) Spesifikasi Pekerjaan
- 8) Sarana dan prasarana
- 9) Kendala Seleksi

cccc. Indikator Penempatan Kerja

Indikator penempatan kerja menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:219-220):

1) Kebijakan

“Penempatan dilakukan sesuai dengan instruksi pimpinan. Seorang pekerja hanya akan bekerja pada satu departemen/bagian berdasarkan surat perintah, terlepas sesuai atau tidak, pantas atau tidak, sifatnya absolut (hierarki). Dengan kata lain, pimpinan mengendalikan manajemen secara penuh, termasuk siapa harus bekerja apa, dan siapa di mana”.

2) Kesesuaian kompetensi

“Biasanya pimpinan melihat kemampuan pekerja, kemudian ia memutuskan di departemen/bagian mana ia bekerja. Hal tersebut dilakukan sebagai salah satu pendekatan di dalam mencapai tujuan organisasi”.

3) Kesesuaian karakter

“Pada bagian operasional, sering kali pimpinan menempatkan pekerja baru hanya karena kepribadiannya. Hal tersebut diputuskan karena pada bagian operasional tidak diperlukan kompetensi khusus, melainkan kegigihan dan motivasi yang tinggi”.

Indikator penempatan kerja menurut Suwatno (2003) dalam Runtuwene (2016:272):

- 1) Pendidikan, penempatan kerja disesuaikan dengan tingkat pendidikan pegawai.
- 2) Pengetahuan kerja, penempatan kerja dilakukan dengan melihat keluasan pengetahuan dan pemahaman pegawai terhadap tugas.
- 3) Kecakapan, penempatan kerja dilakukan dengan melihat aspek ketelitian, tanggap (kecepatan bekerja), kreatif, dan kehati-hatian dalam bekerja.
- 4) Keterampilan, penempatan kerja dilakukan dengan melihat keahlian dan bakat dalam bekerja.
- 5) Pengalaman kerja, penempatan kerja dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat pengalaman, hal ini berkaitan dengan kesiapan mental dan kebiasaan, sehingga mudah beradaptasi dan dapat menyelesaikan tugas tepat waktu.

dddd. Indikator Orientasi Kerja

Indikator orientasi kerja menurut Kondoi & Nelwan (2015:1212)

- 1) Orientasi jangka pendek, orientasi kerja dimaksudkan untuk mencapai tujuan jangka pendek organisasi seperti target dan produktivitas.
- 2) Orientasi jangka panjang, orientasi kerja dimaksudkan dapat mencapai tujuan organisasi seperti meningkatkan daya saing dan menguasai pangsa pasar.
- 3) Solidaristik, orientasi kerja dimaksudkan membangun hubungan antar karyawan yang solid (kompak) dan saling mendukung.
- 4) Komunikasi, orientasi kerja diharapkan dapat mencairkan suasana berinteraksi sehingga terjalin komunikasi yang hangat dan akrab.

- 5) Birokratik, orientasi dimaksudkan agar jalur struktur organisasi dapat dijaga dan ditaati bersama, di mana para pegawai memahami budaya organisasi sebagai bagian kehidupan di dalam organisasi.

eeee. Indikator Dukungan Organisasi

Indikator dukungan organisasi menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:270):

1) Fasilitas

Yakni berupa kelayakan dan kelengkapan sarana, prasarana, peralatan dan perlengkapan kerja serta suasana lingkungan, yang secara langsung berpengaruh terhadap suasana hati pekerja (nyaman, senang, tenang)

2) Materil

Sering kali pegawai mendapatkan hadiah, atau bonus, atau insentif, atau THR, atau tunjangan kinerja, dan atau lainnya, sebagai bentuk penghargaan.

3) Moril

Yakni berupa toleransi dalam menjalankan agama, berupa nilai-nilai budaya kerja, berupa kebijakan yang mengatur keadilan dan kesamaan, dll.

4) Peran pimpinan

Yakni pimpinan berlaku adil, mengayomi, akrab dalam bergaul, membantu menyelesaikan masalah, dll.

Indikator dukungan organisasi menurut Busro (2018:85):

- 1) Persepsi pegawai terhadap dukungan organisasi, yakni pegawai merasa dirinya mendapat perhatian dan dukungan penuh oleh organisasi dan pimpinan seperti kebijakan pengembangan SDM, partisipasi pimpinan dalam setiap tugas, dan sebagainya.
- 2) Persepsi pegawai terhadap kontribusi, yakni pegawai mendapatkan penghargaan dari perusahaan atas kontribusi yang ia berikan.
- 3) Persepsi pegawai terhadap apresiasi, yakni pegawai mendapatkan penilaian dan tanggapan baik dari perusahaan.

ffff. Indikator Dukungan Sosial

Indikator dukungan sosial menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:279-280):

1) Kebersamaan

“Interaksi dan komunikasi karyawan kepada pimpinan atau sebaliknya diselimuti oleh perasaan yang sama, kehangatan dan keakraban serta ada canda, tawa, dan pengertian dalam setiap hubungannya”.

2) Kerja sama

“Setiap pekerja saling mendukung, saling membantu, saling berbagi pengetahuan, saling berbagi pengalaman, saling berhubungan, saling berkoordinasi, bekerja sama, saling mengingatkan, dan saling mengajak kebaikan dalam mencapai tujuan”.

3) Keterbukaan

“Para pekerja senantiasa berbicara apa adanya (jujur), bersikap sewajarnya (rendah hati), mengakui kekurangan dan kesalahan, menerima pendapat orang lain, toleransi terhadap perbedaan, menerima kritik dan saran”.

4) Penghargaan

“Terbangun sikap saling menghormati dan menghargai, setiap individu senantiasa memuji karya/hasil kerja orang lain, tidak mencela atau menggunjing kekurangan orang lain”.

gggg. Indikator Organizational Citizenship Behavior (OCB)

Indikator organizational citizenship behavior menurut Podsakoff et.al. (2000) dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:359-360):

1) Sportmanship

“Tetap nyaman dengan segala kekurangan dan keterbatasan, tidak ada keluh kesah atau perasaan menyesal bekerja pada perusahaan yang banyak kekurangan”.

2) Civic virtue

“Berkomitmen penuh atas keterlibatan diri di dalam organisasi. Bahwa ia selalu ikut serta di dalam kegiatan perusahaan termasuk dalam menghadapi masalah atau mengatasi risiko”.

3) Helping behavior

“Bersikap humanis, artinya mudah bergaul, sopan, rendah hati, suka menolong rekan kerja, murah senyum, suka membantu mengatasi masalah-masalah rekan kerja, tuntas dalam membantu”.

4) Organizational loyalty

“Bangga dengan perusahaan dan selalu menjaga nama baik dengan melindungi ancaman dari pihak eksternal. Selai itu, selalu mendukung penuh kebijakan-kebijakan organisasi”.

5) Organizational compliance. “Patuh terhadap seluruh aturan yang berlaku (ada atau tidak ada pengawasan/ ada atau tidak ada hukuman)”.

6) Individual initiative, “menjadi inisiator bagi kemajuan dan perbaikan dengan melahirkan terobosan-terobosan baruk”.

7) Self development, “gemar meningkatkan kualitas diri bagi kemajuan organisasi (mengikuti pelatihan dan pendidikan)”.

Indikator organizational citizenship behavior menurut Graham (1991) dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020: 360):

1) Obedience, “kemauan karyawan untuk menerima dan mematuhi peraturan serta prosedur organisasi”.

2) Loyalty, “yaitu kemauan karyawan untuk menempatkan kepentingan pribadi mereka untuk keuntungan dan kelangsungan organisasi”.

3) Participation, “yaitu kemauan karyawan untuk secara aktif mengembangkan seluruh aspek kehidupan organisasi”.

hhhh. Indikator Team Work (Kerja Sama Tim)

Indikator team work menurut Lawasi & Triatmanto (2017:54):

1) Kerja sama, yakni membangun perilaku saling membantu dan mendukung di dalam mencapai tujuan organisasi.

2) Kepercayaan, yakni terbangun saling mempercayai antar satu pegawai dengan pegawai lain dengan mengedepankan sikap kejujuran dan keterbukaan.

3) Kekompakan, yakni terbangun solidaritas dan kebersamaan antara satu dengan yang lain (peduli dan empati).

iii. Indikator Komunikasi

Indikator komunikasi menurut Suranto (2010) dalam Lawasi & Triatmanto (2017:52):

- 2) Pemahaman, yakni pemahaman dalam menjalankan tugas bersama (team work), pemahaman dalam berorganisasi, dan pemahaman dalam berinteraksi.
- 3) Tindakan, yakni berperilaku sesuai nilai-nilai, etika, dan ketentuan yang berlaku di dalam organisasi dan sosial.
- 4) Pengaruh pada sikap, yakni komunikasi dapat mempengaruhi perasaan dan pikiran pegawai sehingga terjadi perubahan sikap dalam bekerja.
- 5) Hubungan yang makin baik, komunikasi yang baik mengakibatkan hubungan yang lebih baik, solid, dan terjalin kekeluargaan.

jjjj. Indikator Pengembangan SDM

Indikator pengembangan SDM menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:149-150):

- 1) Pendidikan

“Suatu metode pengembangan yang memfokuskan pada peningkatan pengetahuan. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan daya pikir logis, analisis, dan dinamis, sehingga dapat memberikan kontribusi dalam bidang kebijakan strategis. Selain itu, pengembangan melalui metode pendidikan melatih daya strategis dari seorang pegawai itu sendiri, bagaimana ia mengembangkan diri sebagai individu yang strategis, apa artinya? Mampu menjadi stimulus bagi peningkatan operasional yang lebih efektif”.

- 2) Pelatihan

“Suatu metode pengembangan yang memfokuskan pada peningkatan keahlian kerja, dengan tujuan utamanya adalah dapat berkontribusi dalam hal peningkatan produktivitas. Dalam metode pelatihan tidak banyak konsep umum yang dipelajari, hal ini menitik beratkan pada kemampuan teknis”.

- 3) Penugasan

“Merupakan metode pengembangan yang berorientasi pada kesiapan mental (pengalaman). Di mana pegawai dituntut untuk adaptif dan respons terhadap berbagai dinamika dan kompleksitas kerja. Konsep ini menjadi sangat efektif ketika seorang pegawai menginjak pada masa kerja produktif”.

kkkk. Indikator Pengawasan

Indikator pengawasan menurut Situmorang dan Juhir (1994) dalam Abyad (2013:22):

- 1) Pengawasan langsung, yakni suatu pengawasan yang sifatnya rutin dan dilakukan pengecekan secara langsung untuk memantau tingkat produktivitas dan kinerja.
- 2) Pengawasan tidak langsung, yakni pengawasan yang sifatnya berupa laporan dan informasi yang memuat hasil kinerja dan produktivitas kerja.
- 3) Pengawasan melekat, yakni pengawasan yang menjadi tanggung jawab pimpinan untuk senantiasa mendampingi dan mengawasi proses kerja pegawai, sehingga konsistensi tetap terjaga.

Indikator pengawasan menurut Brantas (2009) dalam Abyad (2013:21-22):

- 1) Pengawasan pegawai, pengawasan dilakukan terhadap seluruh aktivitas pegawai dalam bekerja seperti disiplin, ketaatan menjalankan perintah, menegakkan SOP, dan sebagainya.
- 2) Pengawasan keuangan, yakni mengawasi bagaimana proses keuangan dicatat dan dilaporkan secara benar.
- 3) Pengawasan produksi, yakni pimpinan mengawasi bagaimana kualitas dan kuantitas produksi dapat terjaga.
- 4) Pengawasan waktu, yakni pengawasan terhadap penggunaan waktu secara baik dan memanfaatkannya guna kepentingan pencapaian tujuan.
- 5) Pengawasan teknis, yakni pengawasan terhadap tata laksana pekerjaan seperti bagaimana tugas dilakukan, peralatan kerja apa yang digunakan, bagaimana tahapan SOP dikerjakan, sampai dengan bagaimana pelaporan.
- 6) Pengawasan kebijakan, yakni meninjau apakah keputusan yang diambil para pimpinan sejalan dengan kepentingan organisasi dan tidak menyebabkan dampak buruk bagi tujuan organisasi.
- 7) Pengawasan penjualan, yakni mengawasi jumlah produksi, jumlah penjualan, jumlah target, respons pasar, minat pasar, dan grafik penjualan.

- 8) Pengawasan inventaris, yakni memeriksa aset-aset perusahaan yang digunakan sebagai sarana pendukung di dalam operasional bisnis, apakah masih layak, rusak dan atau harus diremajakan.
- 9) Pengawasan pemeliharaan, yakni melakukan perawatan terhadap keadaan fisik kantor sehingga tetap terjaga dan memberikan kenyamanan dalam bekerja.

III. Indikator Keterlibatan Kerja

Indikator keterlibatan kerja menurut Busro (2018:84):

- 1) Penerimaan, yakni pegawai menerima seluruh tugas dan kewajiban serta melaksanakannya dengan sebaik-baiknya.
- 2) Upaya, yakni berupaya melakukan yang terbaik dengan mengerahkan kompetensi yang dimiliki demi tercapainya tujuan organisasi.
- 3) Siap sedia, selalu siap jika dimintai bantuan meskipun di luar jam kerja atau di luar pekerjaannya.
- 4) Bekerja sama, yakni menjalin hubungan kerja yang baik dengan sesama rekan kerja.
- 5) Keterlibatan dalam pengambilan keputusan, yakni terlibat dalam pengambilan keputusan karena dianggap memiliki pengaruh yang signifikan.
- 6) Keyakinan, yakni mempercayai dan menjalankan seluruh kebijakan yang telah diputuskan organisasi.
- 7) Keterlibatan dalam merumuskan tujuan, yakni terlibat dalam perumusan tujuan-tujuan organisasi karena dianggap memiliki kontribusi terhadap keberhasilan organisasi.
- 8) Tingkat kehadiran, yakni berupaya memenuhi absensi kecuali jika benar-benar sakit.

2. Indikator-Indikator dalam Riset Pemasaran

a. Indikator Produk

Indikator produk menurut Kotler dan Keller (2012:11):

- 1) Kualitas, yakni produk memiliki atribut, kegunaan, manfaat, dan nilai yang memenuhi harapan dan keinginan konsumen.

- 2) Keanekaragaman, yakni produk memiliki jenis dan variasi yang banyak sehingga dapat menjadi alternatif bagi konsumen.
- 3) Keunggulan, yakni produk memiliki kelebihan nilai, kegunaan, dan manfaat dari pesaingnya.

b. Indikator Kualitas Produk

Indikator kualitas produk menurut Mullins, et . al. (2005:442):

- 1) Kinerja (performance), yakni secara keseluruhan suatu produk memiliki nilai yang baik (baik dari sisi penampilan, kegunaan, maupun manfaat).
- 2) Daya tahan (durability), yakni berkaitan dengan kekuatan dan lamanya suatu produk.
- 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specification), yakni produk memiliki nilai atau kegunaan yang sesuai dengan tujuan dan harapan konsumen.
- 4) Keistimewaan tambahan (feature), yakni produk memiliki fungsi-fungsi tambahan yang memberikan kesan lengkap dan berbeda dari produk yang lain.
- 5) Reliabilitas (reliability), yakni apakah produk dapat diandalkan atau berfungsi dengan baik dalam kurun waktu yang cukup lama, sehingga memberikan kesan memuaskan (telah memberikan kepuasan selama kurun waktu yang diharapkan).
- 6) Estetika (esthetic), yakni produk memiliki tampilan yang menarik dan atau memiliki ciri-ciri fisik yang unik sehingga memberikan kesan indah/ mewah.
- 7) Kesan kualitas (perceived quality), yakni sudah banyak digunakan oleh konsumen dan terbukti memiliki nilai, kegunaan, dan manfaat yang baik, dengan demikian terbentuk citra positif terhadap produk tersebut.

c. Indikator Lokasi

Indikator lokasi menurut Levy, et. al. (2014:212):

- 1) Akses, maksudnya lokasi mudah dijangkau dan banyak moda transportasi yang dapat digunakan sebagai akses menuju ke lokasi.

- 2) Lalu lintas, maksudnya lokasi memiliki tingkat keramaian yang tinggi sehingga menjadi tempat yang strategis dalam melakukan jual beli.
- 3) Visibilitas, maksudnya lokasi mudah ditemukan, terlihat jelas dari kejauhan, dan terdapat petunjuk yang mengarah ke lokasi.
- 4) Tempat parkir, maksudnya memiliki ruang parkir kendaraan yang luas dan memadai sehingga memberikan kenyamanan berbelanja bagi konsumen.
- 5) Lingkungan, maksudnya lokasi dilingkupi oleh tempat-tempat penting.

d. Indikator Promosi

Indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2012:11):

- 1) Periklanan, yakni promosi dilakukan dengan menggunakan media iklan misalnya memasang iklan di TV, media cetak, dan internet.
- 2) Promosi penjualan, yakni bentuk promosi yang secara langsung menghadirkan produk atau jasa yang hendak dijual, misalnya membuat pajangan produk, pameran, dan demonstrasi.
- 3) Publisitas, yakni promosi berbentuk penyebaran informasi produk seperti menampilkan informasi produk di Website, Instagram, Facebook, dan sebagainya.
- 4) Penjualan pribadi, yakni bentuk promosi yang dilakukan oleh tenaga penjual dengan menyampaikan penjelasan secara lisan dan atau mendemonstrasikan kepada konsumen secara langsung.

e. Indikator Keputusan Pembelian

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012:184):

- 1) Pengenalan masalah, maksudnya sebelum memutuskan membeli suatu produk atau jasa, konsumen terlebih dahulu akan mengidentifikasi dan menentukan kebutuhan dan keinginannya, sehingga menjadi alasan melakukan pembelian.
- 2) Pencarian informasi, maksudnya konsumen akan mencari informasi tentang produk yang memenuhi kriteria dari identifikasi kebutuhan dan keinginannya.

- 3) Evaluasi alternatif, maksudnya konsumen akan membandingkan beberapa produk yang memenuhi kriteria kebutuhan dan keinginannya dengan melihat masing-masing keunggulan dan kelebihan.
- 4) Keputusan pembelian, maksudnya konsumen telah menetapkan pilihan pada produk yang dianggap paling sesuai dengan identifikasi kebutuhan dan keinginannya.
- 5) Perilaku pasca pembelian, maksudnya konsumen memberikan tanggapan, penilaian, dan persepsi atas produk yang telah dibelinya, apakah dapat memenuhi kebutuhan dan harapannya. Biasanya muncul perilaku puas dan membeli kembali, puas dan membagikan pengalamannya kepada orang lain, puas dan merekomendasikan orang lain untuk membeli produk tersebut, atau tidak puas dan tidak berkunjung kembali.

f. Indikator Citra Merek (Brand Image)

Indikator citra merek menurut Keller (2003:78):

- 1) Kekuatan, maksudnya terbangun citra positif karena produk yang digunakan tahan lama, kuat (tahan dalam berbagai kondisi), dan berfungsi lebih baik di bandingkan dengan merek lain.
- 2) Keunikan, maksudnya suatu produk dipersepsikan baik karena memiliki ciri-ciri khusus dan berbeda dari produk lain, yakni mencakup desain/ tampilan produk, atribut/ fungsi tambahan (feature), dan nama produk.
- 3) Keunggulan, artinya konsumen mempersepsikan baik suatu produk karena memiliki kelebihan nilai, kegunaan, dan manfaat di bandingkan dengan merek lain, termasuk harga murah namun kualitas terjaga.

g. Indikator Endorser/ Celebrity Endorser

Indikator endorser menurut Shimp (2002:468):

- 1) Daya tarik (attractiveness), yakni bintang iklan yang memiliki penampilan dan kepribadian menarik, kecerdasan, gaya komunikasi dan interaksi yang luwes, memiliki banyak talenta, dan sebagainya. Sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

- 2) Kredibilitas (credibility), yakni bintang iklan memiliki kompetensi (pengetahuan, pengalaman, dan keahlian) dalam mengiklankan suatu produk/ jasa dan memiliki riwayat hidup yang baik (jujur, sederhana, luwes pergaulan, berintegritas, dan sebagainya).

h. Indikator Merek (Brand)

Indikator merek menurut Kotler dan Keller (2009:269):

- 1) Dapat diingat, maksudnya suatu merek mudah diingat dan dikenal luas oleh konsumen.
- 2) Berarti, maksudnya suatu merek memiliki arti atau makna yang kuat (filosofis) sehingga menarik perhatian konsumen.
- 3) Dapat disukai, maksudnya secara emosional konsumen suka atau senang dengan merek suatu produk, apakah karena namanya yang kekinian atau ada persamaan tertentu.
- 4) Dapat ditransfer, maksudnya suatu merek dapat memiliki ragam atau variasi nama yang berbeda, sehingga menghadirkan kesan atau persepsi banyak pilihan.
- 5) Dapat disesuaikan, maksudnya suatu merek dapat beradaptasi dengan perubahan zaman, perilaku konsumsi, dan kemajuan teknologi sehingga menghadirkan kesan kekinian.
- 6) Dapat dilindungi, maksudnya suatu merek telah terdaftar hak cipta dan kekayaan intelektualnya sehingga tidak mudah ditiru atau dipalsukan.

i. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Parasaruman dalam Rangkyu (2003:30):

- 1) Bukti fisik, maksudnya pelayanan diberikan dalam bentuk fisik seperti fasilitas, kehadiran karyawan, sarana dan prasarana (komputer, jaringan internet, aplikasi, alat komunikasi, dan sebagainya).
- 2) Keandalan, maksudnya pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang dikatakan atau diinformasikan, berlaku dalam waktu yang lama, dan tidak ada syarat tertentu untuk mendapatkannya.
- 3) Ketanggapan, maksudnya pelayanan dilakukan dengan segera, tepat (akurat), cermat (teliti), dan detail (sabar).

- 4) Jaminan, maksudnya dalam memberikan pelayanan terdapat jaminan kepuasan, seperti keramahan, sopan dan santun, menarik, produk atau jasa yang dijual bermutu, fasilitas dan sarana yang dihadirkan berfungsi dengan baik, dan sebagainya.
- 5) Empati, maksudnya dalam memberikan pelayanan, perusahaan mengedepankan cara-cara humanis, seperti menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, membangun komunikasi efektif, pemberian perhatian, dan memahami apa-apa saja yang menjadi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

j. Indikator Loyalitas Pelanggan

Indikator loyalitas pelanggan menurut Griffin (2005:33-34):

- 1) Pembelian ulang teratur, maksudnya konsumen atau pelanggan yang loyal akan menunjukkan perilaku pembelian rutin (sering), terjadwal, dan dalam waktu yang panjang.
- 2) Membeli di luar lini, maksudnya konsumen atau pelanggan loyal akan membeli banyak produk (tidak hanya produk kebutuhan). Hal ini didasari oleh rasa kepercayaan kepada perusahaan yang telah terbukti menghadirkan produk-produk yang berkualitas.
- 3) Referral, maksudnya konsumen atau pelanggan yang loyal akan senantiasa membagikan pengalamannya kepada konsumen atau pelanggan lain, mengajak, dan merekomendasikan.
- 4) Setia, maksudnya konsumen atau pelanggan yang loyal tidak mudah beralih ke produk lain, atau tertarik dengan produk lain, dan atau mencoba mencari produk alternatif.

k. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2014:368):

- 1) Kepuasan keseluruhan, maksudnya pelanggan memiliki kesan dan tanggapan baik terhadap produk atau jasa yang digunakannya.
- 2) Perasaan puas, maksudnya pelanggan senang dan mempersepsikan baik produk atau jasa yang digunakannya.
- 3) Konfirmasi harapan, maksudnya pelanggan mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diharapkan dari produk atau jasa yang digunakannya.

- 4) Minat pembelian ulang, maksudnya pelanggan tertarik dan berniat akan membeli kembali di lain waktu.
- 5) Kesiediaan merekomendasikan, maksudnya pelanggan ingin membagikan pengalaman baiknya menggunakan suatu produk kepada pelanggan lain baik dengan menceritakan (menyampaikan informasi) ataupun dengan menyarankan untuk membeli.
- 6) Ketidakpuasan, maksudnya tingkat kepuasan pelanggan diukur dengan perilaku negatif seperti komplain atau kritik.

I. Indikator Minat Beli

Indikator minat beli menurut Suwandari (2008) dalam Nasution (2014:141):

- 1) Perhatian, maksudnya calon konsumen melihat-lihat produk, mencari informasi tentang produk, dan membandingkan produk tersebut dengan produk lain.
- 2) Ketertarikan, maksudnya produk yang telah menjadi perhatian konsumen memiliki nilai, kegunaan, dan manfaat yang sesuai dengan harapan dan keinginan calon konsumen.
- 3) Keinginan membeli, maksudnya konsumen telah menetapkan pilihan produk untuk dibeli karena telah memenuhi harapan dan daya beli konsumen.
- 4) Pembelian, maksudnya konsumen telah yakin dan mantap akan membeli produk yang telah diinginkannya (yang sudah dipilih).

m. Indikator Harga

Indikator harga menurut Hasan (2008:298):

- 1) Keterjangkauan, maksudnya harga yang ditetapkan terjangkau dan masuk kategori harga pasaran.
- 2) Kesesuaian dengan kualitas, maksudnya harga yang ditetapkan sesuai dengan nilai atau atribut yang melekat pada suatu produk (seperti ukuran produk, bentuk, desain/ penampilan, fungsi, kekuatan produk, garansi, dan sebagainya)
- 3) Daya saing harga, maksudnya harga suatu produk sebanding atau lebih murah dari produk lain.

- 4) Kesesuaian dengan manfaat, maksudnya harga yang ditetapkan sesuai dengan kegunaan dan manfaat yang didapatkan, termasuk nilai status sosial.
- 5) Potongan harga, maksudnya harga yang ditetapkan tidak permanen, di mana pada waktu-waktu tertentu penjual memberikan diskon (potongan harga) atau jika membeli dengan kuantitas banyak juga mendapatkan harga lebih murah.

n. Indikator Green Packaging

Indikator green packaging menurut Santoso & Fitriani (2016:149):

- 1) Dapat didaur ulang, maksudnya kemasan terbuat dari material ramah lingkungan dan dapat diproduksi kembali untuk kepentingan kemasan atau lainnya.
- 2) Dapat digunakan kembali, maksudnya kemasan memiliki keamanan kesehatan jika digunakan kembali dan tidak menyebabkan efek negatif jika digunakan kembali (seperti menyebabkan sakit atau lainnya)
- 3) Terbuat dari material daur ulang, maksudnya kemasan dibuat dari material bekas atau terbarukan sehingga tidak menyebabkan limbah sampah atau lebih efisien dari sisi biaya.
- 4) Tidak berbahaya (efek samping negatif), maksudnya kemasan tidak terbuat dari zat atau bahan berbahaya yang dapat mengganggu kesehatan konsumen.

o. Indikator Green Product

Indikator green product menurut Santoso & Fitriani (2016:149):

- 1) Ramah lingkungan, maksudnya limbah produk tidak mencemarkan lingkungan atau menjadi sampah bagi lingkungan yang sulit diurai atau dibersihkan dalam jangka pendek.
- 2) Kinerja sesuai harapan, maksudnya produk berfungsi baik, dapat digunakan sesuai peruntukannya, dan bermanfaat.
- 3) Aman, maksudnya produk terbuat dari bahan yang aman bagi konsumen dan tidak memiliki efek samping buruk, khususnya dalam hal kesehatan.

p. Indikator Persepsi Nilai Pelanggan

Indikator persepsi nilai pelanggan menurut Kusdyah (2012:27):

- 1) Nilai tambah, maksudnya persepsi pelanggan terbangun karena produk atau jasa yang digunakan memiliki fungsi, kegunaan dan manfaat yang lebih baik dibandingkan produk lain.
- 2) Produk/ layanan bermanfaat, maksudnya persepsi positif pelanggan akan lahir ketika produk/ jasa yang digunakan dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan.
- 3) Hasil sesuai harga, maksudnya konsumen akan memberikan persepsi positif terhadap produk atau jasa yang kegunaannya atau manfaatnya memberikan kepuasan, karena dapat memenuhi harapan dan keinginan pelanggan.
- 4) Kualitas produk/ layanan sesuai harga, maksudnya pelanggan akan memberikan penilaian baik terhadap suatu produk/ jasa yang memiliki kinerja baik. Seperti tahan lama, tahan banting, mudah perawatannya, penampilan dan desain menarik, mudah digunakan, fungsi-fungsinya berjalan / bekerja dengan baik, dan sebagainya.

q. Indikator Kepercayaan Konsumen/ Pelanggan

Indikator kepercayaan konsumen/ pelanggan menurut Moorman, et. al. (1993) dalam Setiawan (2007:221):

- 1) Kinerja sesuai harapan, maksudnya konsumen atau pelanggan akan percaya jika suatu produk atau pelanggan secara keseluruhan baik dan berkualitas, seluruh fungsi bekerja dengan baik, penampilan baik, berguna dan memberikan manfaat, serta memenuhi harapan konsumen.
- 2) Sesuai standar, maksudnya konsumen atau pelanggan akan memberikan kepercayaannya kepada suatu produk atau jasa yang memiliki standar kualitas terjaga, sehingga produk atau jasa handal dan dapat teruji ketahanan atau kekuatannya.
- 3) Benar, maksudnya konsumen akan percaya jika mendapatkan produk atau jasa yang benar-benar memenuhi kebutuhan dan harapannya. Dengan kata lain, produk atau layanan berguna, bermanfaat, bernilai, dan semua itu sebanding dengan harga yang dikeluarkan.

- 4) Konsisten, maksudnya konsumen akan percaya jika ia mendapatkan pelayanan yang sama ketika berkunjung atau membeli suatu produk dan hal tersebut terjadi secara terus - menerus dalam waktu yang lama.
- 5) Reliabel, maksudnya konsumen akan percaya jika produk atau pelayanan dapat memberikan kepuasan karena penggunaannya atau manfaatnya teruji. Dengan kata lain, produk atau jasa bermanfaat, berguna, dan memberikan nilai lebih kepada konsumen (seperti kuat, dapat diandalkan, memberikan status sosial, dan sebagainya)

r. Indikator Komitmen Konsumen

Indikator komitmen konsumen menurut Morgan dan Hunt (1994) dalam Setiawan (2007:221):

- 1) Perasaan bangga, maksudnya ciri konsumen yang berkomitmen terhadap suatu produk atau layanan adalah dengan menunjukkan sikap bangga dan ingin menunjukkan (memamerkan) bahwa produk atau jasa yang digunakannya berkualitas/ terkenal.
- 2) Perasaan memiliki, maksudnya pelanggan yang berkomitmen akan menunjukkan seberapa dekat hubungannya dengan perusahaan, seringnya membeli produk, dan luasnya pengetahuan tentang produk atau jasa yang digunakannya.
- 3) Perhatian, maksudnya ciri konsumen yang berkomitmen terhadap suatu produk atau layanan adalah dengan bersikap peduli, senang mengajak orang lain untuk berkunjung atau membeli produk, senang merekomendasikan, dan senang berbagi pengalaman berbelanja atau manfaat produk.
- 4) Menjadi pendukung setia, maksudnya ciri konsumen yang berkomitmen terhadap suatu produk atau layanan adalah rutin membeli produk, tidak mudah berpindah ke produk lain, dan tidak tergiur dengan promo produk-produk lain.
- 5) Bersikap mendukung, maksudnya ciri konsumen yang berkomitmen terhadap suatu produk atau layanan adalah keberpihakannya, menjaga nama baik produk, ikut mengampanyekan atau menyebarkan informasi tentang produk, dan sebagainya.

s. Indikator Store Atmosphere

Indikator store atmosphere menurut Berman dan Evan (1992:463) dalam Marchall, dkk. (2015:1007):

- 1) Store exterior, maksudnya atmosfer toko akan terasa baik ketika tampilan luar bangunan toko bagus sehingga memberikan kesan menarik dan berkesan.
- 2) General interior, maksudnya atmosfer toko akan memberikan kenyamanan ketika tampilan dalam toko bagus. Seperti warna cat yang menarik, dekorasi yang indah, terdapat pendingin (AC), terdapat musik dan video visual, terdapat jaringan internet, dan sebagainya.
- 3) Store layout, maksudnya atmosfer toko akan memberikan kenyamanan ketika tata letak toko sangat teratur (rak-rak produk tersusun rapi), ruangan yang luas, dan sebagainya.
- 4) Interior display, maksudnya atmosfer toko akan memberikan kenyamanan ketika produk-produk terpajang dengan sangat rapi, penempatan produk terlihat jelas, dan mudah dijangkau atau dimabil oleh konsumen.

t. Indikator Sikap Konsumen

Indikator sikap konsumen menurut Schiffman dan Kanuk (2010) dalam Marchall, dkk. (2015:1007):

- 1) Sikap kognitif, maksudnya sikap konsumsi yang didasari oleh pengetahuan dan pengalaman berbelanja.
- 2) Sikap afektif, maksudnya sikap konsumsi yang didasari oleh emosi seperti kesukaan, keinginan, dan kebutuhan.
- 3) Sikap konatif, maksudnya sikap konsumsi yang didasari oleh kecenderungan seperti sifat, karakteristik, kebiasaan, dan atau kepribadian konsumen.

u. Indikator Ekuitas Merek (Brand Equity)

Indikator ekuitas merek menurut Aaker dalam Rangkuti (2004:39):

- 1) Kesadaran merek, maksudnya berkaitan dengan kemampuan mengingat suatu merek yang tertanam di benak konsumen. Seperti ketika seseorang ingin membeli air minum kemasan maka ia akan

menyebutkan merek Aqua padahal yang dibeli Vit, atau ketika ingin membeli mie instan maka yang disebut adalah merek Indomie padahal yang dibeli Sarimie.

- 2) Persepsi kualitas, maksudnya tanggapan dan penilaian konsumen terhadap suatu produk.
- 3) Asosiasi merek, maksudnya berkaitan dengan ingatan dan pengenalan suatu merek atas dasar pengalaman, atau suatu terkenalnya merek tersebut (banyak digunakan oleh konsumen).
- 4) Loyalitas merek, maksudnya berkaitan dengan seringnya konsumen membeli suatu produk dengan merek tertentu, bahkan perilaku pembelian sudah berlangsung cukup lama.
- 5) Aset-aset lainnya, maksudnya berkaitan dengan atribut-atribut lain yang berkenaan dengan suatu merek. Misalnya suatu merek tertentu banyak dijual di wilayah konsumen, merek tertentu suka dikonsumsi oleh teman atau tetangga sehingga tertular untuk mengonsumsinya, merek tertentu harganya sangat terjangkau dibandingkan merek lain namun rasa atau kualitas tidak kalah, dan sebagainya.

v. Indikator Word of Mouth

Indikator word of mouth menurut Babin (2015:74):

- 1) Menceritakan hal positif, maksudnya konsumen atau pelanggan tetap menceritakan hal-hal baik tentang produk atau jasa yang dikonsumsi, menceritakan kegunaan dan manfaat, serta menceritakan keunggulannya dari produk lain.
- 2) Merekomendasikan, maksudnya konsumen atau pelanggan tetap secara sukarela mengajak atau merekomendasikan konsumen lain untuk turut membeli produk yang dikonsumsi agar mendapatkan manfaat yang sama.
- 3) Referral, maksudnya secara sukarela konsumen atau pelanggan tetap menawarkan dan memotivasi konsumen lain agar membeli produk yang dikonsumsi.

w. Indikator Kesadaran Merek (Brand Awareness)

Indikator kesadaran merek menurut Sharokk et, al. (2012) dalam Wicaksono & Seminari (2016:5113):

- 1) Familiar, maksudnya suatu merek tertentu sudah dikenal luas oleh konsumen karena sering terlihat, sering terdengar, dan sering dijumpai di berbagai tempat.
- 2) Terkenal, maksudnya suatu merek tidak hanya kenal luas namun juga banyak digunakan oleh konsumen dan menjadi produk favorit pelanggan.
- 3) Kompetitif, maksudnya suatu merek memiliki kualitas tertentu (khas/khusus) yang menjadi keunggulan bersaing dari merek yang lain, sehingga konsumen suka dan tertarik membeli serta tidak mudah pindah ke merek lain (misalnya merek kecap Bango, merek mie instan Indomie, merek air kemasan Aqua, dan sebagainya).

x. Indikator Pengalaman Berbelanja

Indikator pengalaman berbelanja menurut Arifin, dkk. (2018:25):

- 1) Puas dengan pengalaman sebelumnya. Maksudnya berdasarkan riwayat pembelian, konsumen atau pelanggan mendapatkan pelayanan baik ketika melakukan pembelian. Seperti respons yang cepat, tanggap terhadap keluhan, terbuka dalam menginformasikan produk, dan sebagainya.
- 2) Senang dengan pengalaman sebelumnya. Maksudnya berdasarkan pengalaman berbelanja, konsumen mendapatkan banyak keuntungan. Misalnya harga lebih murah, gratis ongkos kirim, pengemasan rapi dan aman, produk yang dibeli/ dipesan sesuai keinginan, dan sebagainya.
- 3) Berbagi pengalaman. Maksudnya berdasarkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan memuaskan, konsumen secara sukarela memberikan testimoni dan penilaian terhadap produk yang pernah dibelinya dengan menceritakan hal-hal positif tentang produk tersebut.

y. Indikator Kelengkapan Produk

Indikator kelengkapan produk menurut Raharjani (2005:8):

- 2) Keragaman produk yang dijual, maksudnya banyak produk yang dijual atau dengan kata lain tersedia secara lengkap seluruh produk yang menjadi kebutuhan sehari-hari konsumen.
- 3) Variasi produk yang dijual, maksudnya banyak pilihan produk atau produk yang dijual beraneka ragam dari beberapa produsen. Seperti produk mie instan terdapat banyak pilihan, ada dari Indofood, Wings, Unilever, dan sebagainya.
- 4) Ketersediaan produk yang dijual, maksudnya produk-produk yang dijual selalu tersedia dan terpajang pada rak penjualan.
- 5) Macam merek yang tersedia, maksudnya dari satu produk ada banyak jenis (macam) atau merek. Misalnya produk mie instan dari Indofood ada yang bermerek Indomie Goreng, Indomie Soto, Indomie Karie Ayam, dan sebagainya.

z. Indikator Fasilitas

Indikator fasilitas menurut Mudie dan Cottam dalam Tjiptono (2004:46):

- 1) Pertimbangan/Perencanaan Spasial. “Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respons intelektual maupun emosional dari pemakai orang atau yang melihatnya”.
- 2) Perencanaan Ruang. “Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain”.
- 3) Perlengkapan/Perabotan. “Perlengkapan memiliki berbagai fungsi, di antaranya sebagai sarana pelindung barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan, sebagai tanda penyambutan bagi para pelanggan, dan sebagai sesuatu yang menunjukkan status pemilik atau penggunaannya”.
- 4) Tata Cahaya. “Beberapa yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah warna, jenis, dan sifat aktivitas yang dilakukan di dalam ruangan, dan suasana yang diinginkan”.

- 5) Warna. “Warna dapat menggerakkan perasaan dan emosi warna dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dalam ruangan, menimbulkan kesan rileks, mengurangi kecelakaan”.
- 6) Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. “Aspek penting dan saling terkait dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda untuk maksud tertentu”.

Indikator fasilitas menurut Nirwana (2004) dalam Krisdayanto, dkk. (2018:6):

- 1) Desain fasilitas
- 2) Nilai fungsi
- 3) Estetika
- 4) Kondisi yang mendukung
- 5) Peralatan penunjang
- 6) Seragam pegawai
- 7) Laporan-laporan
- 8) Garansi

3. Indikator-Indikator dalam Riset Keuangan

a. Rasio Lancar (*current ratio*)

$$CR = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

b. Rasio Cepat (*quick ratio*)

$$QR = \frac{\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}}{\text{Hutang Lancar}}$$

$$QR = \frac{\text{Aktiva Cair}}{\text{Hutang Lancar}}$$

c. Rasio Kas (*cash rasio*)

$$CR = \frac{\text{Kas} + \text{Setara Kas}}{\text{Hutang Lancar}}$$

d. Rasio Perputaran Modal Kerja (*working capital turnover*)

$$WCT = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja}}$$

e. **Debt To Asset Ratio**

$$DAR = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

f. **Debt To Equity Ratio**

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

g. **Profit Margin**

$$PM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

h. **Gross Profit Margin**

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

i. **Net Profit Margin**

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak (EAT)}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

j. **Retrun on Investment**

$$ROI = \frac{EAT}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

k. **Return on Asset**

$$ROA = \frac{EBIT}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

l. **Perputaran Kas**

$$PK = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Kas Rata – Rata}}$$

m. **Perputaran Piutang**

$$\text{Perputaran Piutang} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Rata – rata Piutang}} \times 100\%$$

n. **Perputaran Persediaan**

$$\text{Perputaran Persediaan} = \frac{\text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Rata – rata Persediaan}} \times 100\%$$

o. **Perputaran Aktiva Tetap**

$$PAT = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Aktiva Tetap}} \times 100\%$$

p. Perputaran Aktiva

$$PA = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

q. Earning Per Share

$$EPS = \frac{\text{EAT} - \text{Dividen}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

$$EPS = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham}} \times 100\%$$

r. Price Earning Ratio

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{EPS} \times 100\%$$

s. Price Book Value

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Jumlah Ekuitas} / \text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} \times 100\%$$

t. Return Saham

$$RS = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan:

P_t = harga saham saat ini

P_{t-1} = harga saham sebelumnya

u. Pertumbuhan Penjualan

$$PP = \frac{\text{Penjualan}_t - \text{Penjualan}_{t-1}}{\text{Penjualan}_{t-1}}$$

Keterangan:

P_t = penjualan saat ini

P_{t-1} = penjualan sebelumnya

v. Ukuran perusahaan (firm size)

$$\text{Size} = \log (\text{Total Aktiva})$$

w. Pertumbuhan Perusahaan (Growth)

$$\text{Growth} = \frac{\text{Total Aktiva}_t - \text{Total Aktiva}_{t-1}}{\text{Total Aktiva}_{t-1}}$$

Keterangan:

TAt = total aktiva saat ini

TAt-1 = total aktiva sebelumnya

x. Growth Opportunity

$$GO = \frac{T. Aset - T. Ekuitas + (Jumlah Saham \times Harga Penutupan)}{Total Aset}$$

y. Struktur Aset

$$SA = \frac{Aset Tetap}{Total Aset}$$

z. Risiko Bisnis

$$Degree\ of\ Operating\ Leverage = \frac{\Delta EBIT}{\Delta Sales}$$

$$Business\ Risk = \frac{\Delta EBIT}{Total\ Aset}$$

aa. Struktur Modal

Long Term Debt to Equity Ratio (LTDER)

$$LTDER = \frac{Hutang\ Jangka\ Panjang}{Total\ Ekuitas}$$

bb. Inflasi

$$Inflasi = \frac{IHK_t - IHK_{t-1}}{IHK_{t-1}} \times 100\%$$

Keterangan:

IHKt = indeks harga konsumsi saat ini

IHKt-1 = indeks harga konsumsi sebelumnya

cc. Kurs

$$Kurs\ Tengah = \frac{Kurs\ Jual + Kurs\ Beli}{2}$$

dd. CAR (Capital Adequacy Ratio)

$$CAR = \frac{Modal}{ATMR} \times 100\%$$

ee. LDR (Loan to Deposits Ratio)

$$LDR = \frac{Kredit\ yang\ diberikan\ (netto)}{Simpanan\ Nasabah/DPK} \times 100\%$$

ff. BOPO (Belanja Operasional terhadap Pendapatan Operasional)

Atau disebut juga Rasio Efisiensi (Cost Income Ratio - CIR)

$$CIR/BOPO = \frac{\text{Belanja Operasional}}{\text{Pendapatan Operasional}} \times 100\%$$

gg. NPL (Non Performing Loan)

$$NPL = \frac{\text{Kredit non Lancar}}{\text{Total Kredit}}$$

hh. NIM (Net Interest Margin)

$$NIM = \frac{\text{Pendapatan Bunga (netto)}}{\text{Aktiva Produktif (Kredit yang diberikan - netto)}}$$

PETUNJUK PEMBUATAN KUESIONER PENELITIAN



Sumber: <https://www.dreamstime.com/survey>

Gambar 4. Kuesioner Penelitian

Membuat kuesioner itu mudah tapi kita punya penilaian, apakah kuesioner yang dibuat benar-benar dapat mengukur variabel yang diteliti? Ini menjadi pertanyaan yang sulit untuk dijawab, kenapa? Karena kita peneliti pemula. Bagi mahasiswa tingkat akhir yang sedang menyusun skripsi, membuat kuesioner adalah satu-satunya jalan mendapatkan data penelitian, khususnya riset bidang manajemen SDM dan pemasaran. Pada bagian ini, mahasiswa dihadapkan pada ketidaktahuan bagaimana membuat kuesioner, bagaimana awalnya, bagaimana kalimatnya, dan sebagainya. Ini menjadi salah satu masalah yang menyita waktu cukup lama, dan mungkin bisa menjadi penghambat bagi kelulusan. Berangkat dari masalah-masalah tersebut, pada bagian ini kita akan membahas bagaimana membuat kuesioner, dan juga akan dihadirkan contoh-contohnya, sehingga mahasiswa dapat mempraktekannya.

1. Petunjuk Pembuatan Kuesioner

Ketika kita hendak membuat kuesioner, maka pola pikir yang harus terbangun adalah:

- a. Memahami makna atau maksud indikator secara teori
- b. Membayangkan bagaimana objek penelitian mempraktekkan indikator penelitian dalam organisasi atau perusahaan.
- c. Membuat kalimat kuesioner yang sesuai maksud peneliti

Jadi, ada 3 (tiga) hal yang menjadi perhatian kita ketika membuat kuesioner. Selebihnya soal model kalimat, dapat kita sesuaikan dengan selera atau gaya peneliti masing-masing.

CONTOH INDIKATOR KINERJA

Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:21)

Indikator	PERTAMA: Memahami Makna Indikator
Hasil kerja "Hasil kerja yang dimaksud adalah target atau tujuan yang tercapai baik secara jumlah (kuantitas) maupun mutu (kualitas)"	Jadi yang dimaksud hasil kerja menurut teori adalah: 1. Tercapainya target kerja 2. terselesaikannya laporan tugas tepat waktu 3. terselesaikannya pelayanan dengan baik 4. terpenuhinya jumlah produk sesuai pesanan 5. dan sebagainya
Objek Penelitian Karyawan Indomaret	KEDUA: Membayangkan bagaimana indikator hasil kerja pada karyawan Indomaret Dari sini, kita terbayang. Yang dimaksud hasil kerja bagi karyawan indomaret adalah: 1. Target penjualan tercapai 2. Laporan penjualan tepat waktu 3. Konsumen terpuaskan dengan pelayanan yang ramah dan memberikan penilaian bintang 4/ 5
Membuat kuesioner	KETIGA: kalimat yang dibuat bertujuan agar karyawan indomaret dapat jujur dengan hasil kerja yang selama ini dicapai

Kuesioner Indikator Hasil Kerja	SS	S	CS	TS	STS
Target penjualan selalu tercapai setiap bulannya					
Tingkat kepuasan konsumen rata-rata bintang 4 atau 5 pada setiap bulannya					
Laporan penjualan selesai tepat waktu pada setiap periodenya					
Produk yang terjual lebih dari 1000 item (target toko) pada setiap bulannya					

Demikian cara dan contoh membuat kuesioner, selamat membuat...!

2. Contoh Kuesioner Penelitian Manajemen SDM

Indikator Kinerja	Kuesioner
Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:21): 1. Hasil kerja 2. Sikap kerja 3. Perilaku kerja 4. Manfaat	Kuesioner Penelitian 1. Kualitas hasil kerja sesuai SOP 2. Target kerja tercapai 3. Kuantitas pekerjaan terselesaikan tepat waktu 4. Bekerja mengikuti perintah 5. Bekerja sesuai arahan pimpinan 6. Bekerja sesuai aturan perusahaan 7. Hati-hati dalam bekerja 8. Cermat (teliti) dalam bekerja 9. Cekatan dalam bekerja 10. Hasil kerja memuaskan stakeholder 11. Hasil kerja menghadirkan prestasi kerja 12. Hasil kerja menghantarkan penghargaan
Indikator Prestasi Kerja	Kuesioner
Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:33) 1. Hasil terbaik 2. Jumlah terbanyak/terbesar 3. Paling bermanfaat/berpengaruh	Kuesioner Penelitian 1. Hasil kerja lebih efektif 2. Hasil kerja lebih efisien 3. Hasil kerja lebih bermutu 4. Mencapai target tertinggi 5. Mencapai target terbanyak 6. Mencapai target tercepat 7. Hasil kerja meningkatkan kinerja perusahaan 8. Hasil kerja meningkatkan citra 9. Hasil kerja meningkatkan pelanggan

<p>4. Mendorong kemajuan</p>	<p>10. Hasil kerja meningkatkan pelayanan 11. Hasil kerja mendorong penghematan 12. Hasil kerja mendorong percepatan respons</p>
<p>Indikator Produktivitas Kerja</p> <p>Menurut Hasibuan dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:389-390):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tekad yang kuat 2. Semangat kerja yang tinggi 3. Kegigihan dalam menjaga kinerja 4. Kesungguhan mencapai target 5. Hasil kerja yang berdampak 	<p>Kuesioner</p> <p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sungguh-sungguh dalam bekerja 2. Konsisten menjalankan aturan 3. Semangat mengerahkan kemampuan 4. Semangat mengerahkan kekuatan 5. Pantang menyerah mencapai target 6. Berusaha keras meraih tujuan 7. Melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab 8. Melaksanakan tugas dengan penuh optimis 9. Capaian target meningkat 10. Hasil kerja saat ini lebih baik dari sebelumnya
<p>Indikator Motivasi Kerja</p> <p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:107-108):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Antusias 2. Optimis 3. Aktualisasi diri 	<p>Kuesioner</p> <p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melaksanakan tugas dengan tekad meraih tujuan 2. Melaksanakan tugas dengan hati yang riang 3. Melaksanakan tugas dengan semangat yang besar 4. Melaksanakan tugas dengan pikiran positif 5. Melaksanakan tugas dengan hati yang lapang 6. Melaksanakan tugas dengan emosi yang tenang 7. Melaksanakan tugas dengan percaya diri 8. Berani mengambil risiko 9. Berani menghadapi tantangan
<p>Indikator Kepuasan Kerja</p> <p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:62-63):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Senang atau Bahagia 2. Semangat atau antusias 	<p>Kuesioner</p> <p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Senang menjalani kehidupan kerja 2. Senang menjadi bagian dari organisasi 3. Senang melaksanakan tugas 4. Bersemangat mengikuti aktivitas organisasi 5. Bersemangat meraih tujuan

<p>3. Kegigihan atau Kerja Keras</p> <p>4. Loyalitas</p>	<p>6. Bersemangat mencapai target</p> <p>7. Bersemangat untuk bekerja keras</p> <p>8. Bersemangat untuk bekerja cerdas</p> <p>9. Bersemangat untuk bekerja tuntas</p> <p>10. Semangat menjaga nama baik organisasi</p> <p>11. Semangat untuk tetap bertahan</p> <p>12. Semangat untuk berkontribusi</p>
<p>Indikator Komitmen Organisasi</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:43):</p> <p>1. Tanggung jawab</p> <p>2. Konsisten</p> <p>3. Konsekuen</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Bekerja dengan sungguh-sungguh</p> <p>2. Bekerja dengan tuntas</p> <p>3. Bekerja dengan hasil terbaik</p> <p>4. Bekerja sesuai wewenang yang dimiliki</p> <p>5. Bekerja sesuai kompetensi</p> <p>6. Bekerja sesuai beban yang diemban</p> <p>7. Berani mengambil risiko</p> <p>8. Berani menghadapi tantangan</p> <p>9. Berani mengatasi masalah</p>
<p>Indikator Loyalitas Kerja</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:53-54):</p> <p>1. Tingkat kepatuhan</p> <p>2. Tingkat semangat kerja</p> <p>3. Tingkat kinerja</p> <p>4. Tingkat keterlibatan</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Menerima kebijakan dengan sepenuh hati</p> <p>2. Menjalankan aturan dengan hati-hati</p> <p>3. Melaksanakan perintah dengan teliti</p> <p>4. Menerima tugas dengan senang hati</p> <p>5. Menjalankan tugas dengan semangat tinggi</p> <p>6. Menuntaskan tugas dengan gigih</p> <p>7. Target tercapai dengan kualitas terbaik</p> <p>8. Target tercapai dengan jumlah terbanyak</p> <p>9. Target tercapai lebih cepat</p> <p>10. Terlibat dalam setiap kegiatan organisasi</p> <p>11. Berkontribusi terhadap kemajuan organisasi</p> <p>12. Berperan penting dalam memajukan organisasi</p>
<p>Indikator Kompetensi</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:99):</p> <p>1. Wawasan</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Berpikir kreatif</p> <p>2. Berpikir inovatif</p> <p>3. Memahami deskripsi tugas</p>

<p>2. Keahlian</p> <p>3. Integritas</p>	<p>4. Mampu bekerja secara efektif (akurat)</p> <p>5. Mampu bekerja secara efisien (hemat biaya dan tepat waktu)</p> <p>6. Mampu mencapai target</p> <p>7. Bertanggung jawab</p> <p>8. Berkomitmen</p> <p>9. Beretika</p>
<p>Indikator Disiplin Kerja</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:119-120):</p> <p>1. Menghargai waktu</p> <p>2. Taat pada perintah</p> <p>3. Taat pada SOP</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Datang tepat waktu</p> <p>2. Melaksanakan tugas di awal waktu</p> <p>3. Menyelesaikan laporan lebih cepat</p> <p>4. Seksama mendengarkan perintah pimpinan</p> <p>5. Segera melaksanakan perintah pimpinan</p> <p>6. Mengikuti arahan pimpinan</p> <p>7. Menjadikan SOP sebagai pedoman melaksanakan tugas</p> <p>8. Melaksanakan SOP dengan sebaik-baiknya</p> <p>9. Menjadikan SOP sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan</p>
<p>Indikator Kedisiplinan</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Helmi dalam Mohtar (2019:46):</p> <p>1. Patuh dan taat dalam penggunaan jam kerja</p> <p>2. Menaati jam kerja bukan karena takut</p> <p>3. Komitmen dan loyal terhadap organisasi</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Mematuhi seluruh ketentuan jam kerja</p> <p>2. Menggunakan waktu kerja secara maksimal</p> <p>3. Memanfaatkan waktu yang sempit untuk mencapai target kerja</p> <p>4. Datang tepat waktu karena kesadaran diri</p> <p>5. Bekerja di awal waktu karena kehendak diri sendiri</p> <p>6. Menyelesaikan laporan tugas lebih cepat karena inisiatif sendiri</p> <p>7. Menaati aturan dengan sepenuh hati</p> <p>8. Melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab</p> <p>9. Terbuka menerima perintah pimpinan</p>
<p>Indikator Kepemimpinan</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:289-290):</p> <p>1. Kepribadian</p> <p>2. Memiliki pengetahuan</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Pemimpin bersikap bijaksana</p> <p>2. Pemimpin berlaku adil</p> <p>3. Pemimpin berjiwa sosial</p> <p>4. Pemimpin berpikir kreatif (kaya akan</p>

memimpin	ide/gagasan)
3. Bisa memimpin	<ol style="list-style-type: none"> 5. Pemimpin berpikir visioner (maju/modern) 6. Pemimpin berpikir inovatif (pemecah masalah) 7. Pemimpin berkarakter (teguh pendirian) 8. Pemimpin berwibawa (memotivasi) 9. Pemimpin revolusioner (pembawa perubahan)
Indikator Gaya Kepemimpinan	Kuesioner
<p>Menurut Fitzpatrick, Et, Al. (2003) Dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:298-300):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kharismatik 2. Otoriter 3. Demokratis 4. Laissez Faire 5. Situasional 6. Transaksional 7. Transformasional 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memimpin dengan memanfaatkan popularitas (status) 2. Memimpin dengan memanfaatkan latar belakang 3. Memimpin dengan memanfaatkan jabatan 4. Memimpin dengan memanfaatkan wewenang/ kekuasaan 5. Memimpin dengan terbuka 6. Memimpin dengan melibatkan semua pegawai 7. Memimpin dengan cara menyerahkan tanggung jawab tugas kepada pegawai 8. Memimpin dengan cara menyerahkan teknis pelaksanaan tugas kepada pegawai 9. Memimpin dengan cara beradaptasi 10. Memimpin dengan cara mendidik 11. Memimpin dengan cara memanfaatkan relasi (birokrasi) 12. Memimpin dengan cara memanfaatkan aturan/ kebijakan 13. Memimpin dengan menggunakan kecerdasan 14. Memimpin dengan menggunakan keahlian (kompetensi)
Indikator Budaya Organisasi	Kuesioner
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:75-76):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Norma umum 2. Norma khusus 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perilaku kerja bernilai baik 2. Perilaku kerja bernilai manfaat 3. Perilaku kerja sesuai dengan tujuan organisasi 4. Perilaku kerja sesuai dengan

<p>3. Norma etis</p> <p>4. Norma hukum</p> <p>5. Norma agama</p> <p>6. Norma sosial</p>	<p>kebutuhan organisasi</p> <p>5. Perilaku kerja sesuai dengan nilai moral</p> <p>6. Perilaku kerja sesuai dengan nilai-nilai kebaikan</p> <p>7. Perilaku kerja sesuai dengan nilai-nilai Pancasila</p> <p>8. Perilaku kerja sesuai dengan ketentuan undang-undang</p> <p>9. Perilaku kerja sesuai dengan syariat agama</p> <p>10. Perilaku kerja sesuai dengan nilai-nilai agama</p> <p>11. Perilaku kerja sesuai dengan nilai-nilai sosial kemasyarakatan</p> <p>12. Perilaku kerja sesuai dengan kebiasaan masyarakat</p>
<p>Indikator Lingkungan Kerja</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:87-88):</p> <p>1. <i>Good Corporate Governance (GCG)</i></p> <p>2. Harmonisasi hubungan social</p> <p>3. Kenyamanan kerja</p> <p>4. Menerapkan Nilai-nilai</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Sistem manajemen yang adil</p> <p>2. Sistem manajemen yang humanis (berorientasi pengembangan SDM)</p> <p>3. Sistem manajemen yang menyejahterakan</p> <p>4. Terjalin hubungan kekeluargaan antar pegawai</p> <p>5. Terjalin interaksi yang akrab antar pegawai (saling membantu dan mendukung)</p> <p>6. Terjalin keterbukaan komunikasi antar pegawai</p> <p>7. Ruang kerja nyaman (ber-AC, penerangan baik, tenang)</p> <p>8. Ruang kerja rapih (bersih, tata letak teratur, desain menarik)</p> <p>9. Peralatan kerja lengkap dan berfungsi dengan baik</p> <p>10. Perusahaan rutin mengadakan kegiatan keagamaan</p> <p>11. Melalui kebijakan, perusahaan mendorong terbangunnya lingkungan kerja yang sehat</p> <p>12. Dalam berbagai pertemuan (rapat), pimpinan rutin mengingatkan pegawai untuk menjaga etika kerja</p>

Indikator Kompensasi	Kuesioner
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:130):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelayakan 2. Keadilan 3. Ketepatan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompensasi diberikan sesuai dengan kerja pengorbanan tenaga 2. Kompensasi diberikan sesuai dengan pengorbanan waktu 3. Kompensasi diberikan sesuai dengan pengorbanan pikiran 4. Kompensasi sesuai standar kelayakan hidup (UMP) 5. Kompensasi sesuai peraturan ketenagakerjaan 6. Kompensasi sesuai kinerja 7. Kompensasi sesuai jenis pekerjaan 8. Kompensasi sesuai jabatan 9. Kompensasi diberikan tepat waktu
Indikator Insentif	Kuesioner
<p>Menurut Sinambela (2012:5):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Lama kerja 3. Senioritas 4. Kebutuhan 5. Keadilan 6. Kelayakan 7. Evaluasi jabatan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Besaran insentif sesuai hasil kerja 2. Besaran insentif sesuai prestasi kerja 3. Besaran insentif sesuai jam kerja yang digunakan 4. Besaran insentif sesuai lamanya pekerjaan dalam satu periode 5. Besaran insentif sesuai masa kerja 6. Besaran insentif sesuai pengalaman kerja 7. Besaran insentif sesuai kelayakan hidup 8. Besaran insentif membantu meningkatkan kesejahteraan hidup 9. Besaran insentif sesuai kompetensi kerja 10. Besaran insentif sesuai beban kerja 11. Besaran insentif sesuai UMP 12. Besaran insentif sesuai peraturan ketenagakerjaan 13. Besaran insentif sesuai penilaian kerja 14. Besaran insentif sesuai jabatan
Indikator Tunjangan Kerja	Kuesioner
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:140):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tunjangan tetap 2. Tunjangan kinerja 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan memberikan tunjangan kesehatan 2. Perusahaan memberikan tunjangan keluarga 3. Perusahaan memberikan tunjangan makan 4. Perusahaan memberikan bonus atas

<p>3. Tunjangan jabatan</p>	<p>pencapaian target</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Perusahaan memberikan insentif atas ide-ide kreatif 6. Perusahaan memberikan hadiah atas kontribusi dalam memajukan perusahaan 7. Perusahaan memberikan tunjangan kendaraan 8. Perusahaan memberikan tunjangan tempat tinggal 9. Perusahaan memberikan tunjangan jabatan
<p style="text-align: center;">Indikator Jenjang/ Pengembangan Karier</p>	<p style="text-align: center;">Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:159):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi 2. Rotasi 3. Kesempatan lain-lain 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem kenaikan jabatan terbuka 2. Sistem kenaikan jabatan berbasis kinerja 3. Sistem penilaian kenaikan jabatan objektif 4. Sistem rotasi berorientasi peningkatan kompetensi 5. Sistem rotasi berorientasi pengembangan SDM 6. Sistem rotasi berbasis kinerja 7. Program pelatihan berorientasi peningkatan keterampilan 8. Program pendidikan berorientasi peningkatan pengetahuan 9. Program kunjungan kerja berorientasi peningkatan pengalaman kerja
<p style="text-align: center;">Indikator Promosi Jabatan</p>	<p style="text-align: center;">Kuesioner</p>
<p>Menurut Wahyudi (2011:173):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Loyalitas 2. Prestasi kerja 3. Kompetensi 4. Masa kerja 5. Kepribadian 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kenaikan jabatan mempertimbangkan aspek kesetiaan 2. Kenaikan jabatan mempertimbangkan peran/kontribusi pegawai 3. Kenaikan jabatan mempertimbangkan kinerja 4. Kenaikan jabatan mempertimbangkan produktivitas kerja 5. Kenaikan jabatan mempertimbangkan keterampilan kerja 6. Kenaikan jabatan mempertimbangkan kecerdasan kerja 7. Kenaikan jabatan mempertimbangkan lamanya bekerja 8. Kenaikan jabatan mempertimbangkan mempertimbangkan pengalaman kerja

	<p>9. Kenaikan jabatan mempertimbangkan kecerdasan emosional</p> <p>10. Kenaikan jabatan mempertimbangkan kematangan sikap</p>
Indikator Rotasi	Kuesioner
<p>Menurut Hasibuan (2002) dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:379-380):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan peningkatan kompetensi 2. Tujuan peningkatan hubungan kerja 3. Tujuan peningkatan kepribadian pegawai 4. Tujuan penurunan kejenuhan 5. Tujuan peningkatan motivasi kerja 6. Tujuan peningkatan komunikasi 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem rotasi bertujuan meningkatkan keterampilan 2. Sistem rotasi bertujuan meningkatkan pengetahuan 3. Sistem rotasi bertujuan meningkatkan kerja sama tim 4. Sistem rotasi bertujuan meningkatkan keakraban 5. Sistem komunikasi meningkatkan sikap adaptasi 6. Sistem komunikasi meningkatkan sikap keterbukaan 7. Sistem rotasi bertujuan menurunkan kebosanan 8. Sistem rotasi bertujuan menurunkan stres 9. Sistem rotasi bertujuan meningkatkan antusias kerja 10. Sistem rotasi bertujuan meningkatkan sikap optimis 11. Sistem rotasi bertujuan melancarkan komunikasi kerja 12. Sistem rotasi bertujuan meningkatkan keterbukaan komunikasi
Indikator Turn Over Intention	Kuesioner
<p>Menurut Simamora (2004:626):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada niat berhenti kerja 2. Mencari pekerjaan lain 3. Membandingkan pekerjaan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berniat keluar kerja karena ingin pindah 2. Berniat keluar kerja karena ingin berhenti bekerja 3. Berniat keluar kerja karena ingin mendapatkan pekerjaan dengan kompensasi lebih baik 4. Berniat keluar kerja karena ingin mendapatkan pekerjaan dengan jabatan lebih baik 5. Berniat keluar kerja karena mendapatkan perbandingan kerja dengan kompensasi lebih baik

<p>4. Berpikir keluar</p>	<p>6. Berniat keluar kerja karena mendapatkan perbandingan kerja dengan jabatan lebih baik</p> <p>7. Berniat keluar kerja karena menganggap pekerjaan saat ini sebagai batu loncatan</p> <p>8. Berniat keluar kerja karena menganggap pekerjaan saat ini sebagai ajang pengalaman</p>
<p>Indikator Struktur Organisasi</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Ashkenas, et al (2015) dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:329-330):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jalan cepat 2. Fleksibilitas 3. Integrasi 4. Inovasi 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Birokrasi kerja lebih efisien 2. Birokrasi kerja lebih respons (tanggap) 3. Jalur kerja adaptif dengan perubahan 4. Jalur kerja relevan dengan kebutuhan bisnis 5. Jalur kerja terhubung dengan berbagai lini/bagian 6. Jalur kerja terhubung melalui sistem teknologi 7. Jalur kerja mendorong peningkatan kreativitas 8. Jalur kerja mendorong peningkatan sistem kerja
<p>Indikator Sistem Kerja</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Wu dan Chaturvedi (2009) dalam Masrukhin (2015:76):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Selektivitas 2. Pelatihan komprehensif 3. Peluang karier internal 4. Penilaian formal 5. Pemberdayaan 6. Kompensasi berbasis kinerja 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sistem kerja mencegah risiko 2. Sistem kerja mengurangi masalah 3. Sistem pelatihan bertujuan meningkatkan keterampilan 4. Sistem pelatihan bertujuan meningkatkan pengetahuan 5. Sistem karier terbuka 6. Sistem karier objektif 7. Sistem penilaian bertujuan mengevaluasi kinerja pegawai 8. Sistem penilaian bertujuan memberikan umpan balik 9. Sistem pemberdayaan berorientasi pengembangan SDM 10. Sistem pemberdayaan berorientasi peningkatan kompetensi 11. Sistem kompensasi berbasis kinerja 12. Sistem kompensasi berbasis kelayakan (sesuai peraturan ketenagakerjaan)

Indikator Efikasi Diri	Kuesioner
<p>Menurut Fattah (2017:88):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan yang kuat 2. Kemampuan yang menjadi sumber kepercayaan diri 3. Generalisasi 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keyakinan yang kuat dalam mencapai prestasi 2. Memiliki tekad yang kuat dalam mencapai target 3. Memiliki niat yang kuat dalam menuntaskan pekerjaan 4. Percaya diri karena memahami tugas dengan baik 5. Percaya diri karena terampil melaksanakan tugas 6. Percaya diri karena ahli menuntaskan tugas dengan baik 7. Mudah beradaptasi 8. Berani mengambil risiko 9. Tangguh menghadapi masalah
Indikator Locus of Control	Kuesioner
<p>Menurut Rotter (1954) dalam Safitri (2013:281):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Locus of control internal 2. Locus of control eksternal 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya diri, bahwa keberhasilan yang dicapai karena kompetensi yang dimiliki 2. Percaya diri, bahwa prestasi kerja yang dicapai karena kecerdasan yang dimiliki 3. Percaya diri, bahwa karier yang dicapai karena kerja keras 4. Percaya diri, bahwa teratasinya masalah karena sikap berani yang dimiliki 5. Percaya diri, bahwa majunya perusahaan karena kontribusi yang diberikan 6. Sadar diri, bahwa keberhasilan yang dicapai karena dukungan pimpinan 7. Sadar diri, bahwa prestasi kerja yang dicapai karena dukungan tim kerja 8. Sadar diri, bahwa karier yang dicapai karena dukungan keluarga 9. Sadar diri, bahwa teratasinya masalah karena solidnya tim kerja 10. Sadar diri, bahwa majunya perusahaan karena keterlibatan semua pihak

<p style="text-align: center;">Indikator Kepemimpinan Transformasional</p>	<p style="text-align: center;">Kuesioner</p>
<p>Menurut Hutahayan, dkk. (2019:13-14):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengaruh idealisme 2. Motivasi inspirasional 3. Stimulasi intelektual 4. Konsiderasi individual 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memimpin dengan cara menjadi teladan 2. Memimpin dengan cara ditokohkan 3. Memimpin dengan cara membangkitkan semangat mencapai tujuan 4. Memimpin dengan cara membangkitkan semangat mewujudkan harapan 5. Memimpin dengan cara menghadirkan pemikiran kreatif 6. Memimpin dengan cara menghadirkan pemikiran inovatif 7. Memimpin dengan cara memperjuangkan kepentingan pegawai 8. Memimpin dengan cara memberikan dukungan
<p style="text-align: center;">Indikator Pengalaman</p>	<p style="text-align: center;">Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, dan Wahyudi (2020:249-250):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat pengetahuan 2. Tingkat keahlian 3. Tingkat karakteristik 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami tugas dengan baik 2. Mengerti prosedur pelaksanaan tugas 3. Berpikir kreatif dalam menyelesaikan tugas lebih baik 4. Terampil melaksanakan tugas sesuai prosedur 5. Terampil mengatasi masalah dengan baik 6. Terampil menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik 7. Berperilaku teladan 8. Bersikap bijaksana 9. Berjiwa besar (rendah hati)
<p style="text-align: center;">Indikator Profesioanlitas Kerja</p>	<p style="text-align: center;">Kuesioner</p>
<p>Menurut Hamirul, dkk. (2018:135):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemahiran 2. Kesiapan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terampil menyelesaikan tugas tepat waktu 2. Terampil menyelesaikan tugas dengan hasil terbaik 3. Memiliki kecerdasan emosional yang baik 4. Memiliki kecerdasan intelektual yang

<p>3. Tanggung jawab</p> <p>4. Disiplin</p> <p>5. Sikap kerja</p>	<p>baik</p> <p>5. Totalitas dalam bekerja</p> <p>6. Tuntas dalam menyelesaikan tugas</p> <p>7. Taat aturan</p> <p>8. Patuh pada perintah</p> <p>9. Bersikap ramah</p> <p>10. Bersikap santun</p>
<p>Indikator Pendidikan</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, dan Wahyudi (2020:239-240):</p> <p>1. Kualitas belajar</p> <p>2. Tekad belajar</p> <p>3. Intensitas</p> <p>4. Konsistensi</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Metode belajar menyenangkan</p> <p>2. Materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan kerja</p> <p>3. Peserta, sungguh-sungguh mengikuti program pendidikan</p> <p>4. Peserta antusias mengikuti program pendidikan</p> <p>5. Lebih banyak praktek</p> <p>6. Lebih banyak latihan</p> <p>7. Gigih mengikuti pendidikan sampai tuntas</p> <p>8. Semangat mengikuti pendidikan sampai tuntas</p>
<p>Indikator Pelatihan Kerja</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, dan Wahyudi (2020:230):</p> <p>1. Kualitas SDM</p> <p>2. Kualitas Pelatihan</p> <p>3. Metode pelatihan</p> <p>4. Sarana pelatihan</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Peserta pelatihan adalah pegawai potensial</p> <p>2. Peserta pelatihan adalah pegawai yang berkinerja baik</p> <p>3. Peserta pelatihan adalah pegawai pilihan</p> <p>4. Pelatihan diselenggarakan dengan perencanaan yang matang</p> <p>5. Pelatihan diselenggarakan dengan SOP yang baik</p> <p>6. Pelatihan diselenggarakan dengan fasilitas yang memadai</p> <p>7. Metode pelatihan menyenangkan</p> <p>8. Metode pelatihan lebih banyak praktek</p> <p>9. Metode pelatihan lebih banyak latihan</p> <p>10. Peralatan pelatihan lengkap</p> <p>11. Perlengkapan pelatihan memadai</p> <p>12. Fasilitas pelatihan layak</p>

Indikator Beban Kerja	Kuesioner
<p>Menurut Meshkati & Hancock (2011:305):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tugas 2. Lingkungan 3. Sistem kerja 4. Sistem manajemen 5. Keterbatasan fasilitas 6. Respons yang rendah 7. Kinerja yang rendah 8. Lemah mental 9. Kurang penghargaan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai terbebani ketika tugas kerja terlalu banyak 2. Pegawai terbebani ketika tugas terlalu berisiko 3. Pegawai terbebani ketika interaksi kaku 4. Pegawai terbebani ketika komunikasi kaku 5. Pegawai terbebani ketika sistem kerja membatasi kebebasan berinovasi 6. Pegawai terbebani ketika sistem kerja membatasi kebebasan berkreasi 7. Pegawai terbebani ketika SOP terlalu ketat 8. Pegawai terbebani ketika SOP terlalu kaku 9. Pegawai terbebani ketika peralatan kerja kurang memadai 10. Pegawai terbebani ketika perlengkapan kerja kurang tersedia 11. Pegawai tertekan ketika pimpinan kurang tanggap 12. Pegawai tertekan ketika pimpinan kurang mendukung 13. Pegawai tertekan ketika standar kerja terlalu tinggi 14. Pegawai tertekan ketika target kerja terlalu tinggi 15. Pegawai tertekan ketika emosi labil 16. Pegawai tertekan ketika sensitif 17. Pegawai kurang semangat ketika kompensasi tidak adil 18. Pegawai kurang semangat ketika kompensasi tidak sesuai
Indikator Stres Kerja	Kuesioner
<p>Menurut Goyal (2010:57):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gangguan psikologi 2. Gangguan berpikir 3. Gangguan sikap 4. Gangguan perilaku 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah marah 2. Mudah tersinggung 3. Mudah berburuk sangka 4. Konsentrasi rendah 5. Tidak fokus saat bekerja 6. Kurang perhatian pada tugas 7. Kurang bertanggung jawab 8. Tidak berkomitmen 9. Tidak jujur 10. Melanggar aturan 11. Mengabaikan perintah

	12. Membuat gaduh
Indikator Etos Kerja	Kuesioner
Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:180): <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerja keras 2. Tanpa pamrih 3. Gigih 4. Pembawa perubahan 5. Penggagas 	Kuesioner Penelitian <ol style="list-style-type: none"> 1. Tuntas dalam bekerja 2. Totalitas dalam bekerja 3. Tidak perhitungan 4. Siap sedia menerima perintah 5. Pantang menyerah 6. Sungguh-sungguh dalam bekerja 7. Berkontribusi besar terhadap kemajuan perusahaan 8. Berperan penting dalam memajukan perusahaan 9. Bekerja kreatif 10. Bekerja inovatif
Indikator Rekrutmen	Kuesioner
Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:200): <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan 2. Kualifikasi 3. Publikasi 4. Seleksi dokumentasi 	Kuesioner Penelitian <ol style="list-style-type: none"> 1. Rekrutmen dilakukan atas dasar kebutuhan tenaga kerja 2. Rekrutmen bertujuan mendapatkan SDM berkualitas 3. Rekrutmen dilakukan dengan menetapkan persyaratan administrasi 4. Rekrutmen dilakukan dengan menetapkan persyaratan kompetensi 5. Rekrutmen diumumkan secara terbuka 6. Rekrutmen dipublikasi melalui media cetak dan daring 7. Rekrutmen dilakukan dengan cara memeriksa kelengkapan dokumen 8. Rekrutmen dilakukan dengan cara melihat pemenuhan kualifikasi kompetensi
Indikator Seleksi	Kuesioner
Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:209-210): <ol style="list-style-type: none"> 1. Tahapan yang jelas 2. Kualitas metode 3. Penguji ahli 4. Fasilitas seleksi 	Kuesioner Penelitian <ol style="list-style-type: none"> 1. Seleksi dilakukan secara terjadwal 2. Seleksi dilakukan atas dasar prosedur yang ditetapkan 3. Seleksi dilakukan dengan metode uji kepribadian 4. Seleksi dilakukan dengan metode uji praktek 5. Seleksi dipandu oleh penguji yang berpengalaman 6. Seleksi dipandu oleh penguji yang kompeten 7. Seleksi dilakukan dengan peralatan

	yang memadai 8. Seleksi dilakukan dengan perlengkapan yang layak
Indikator Penempatan Kerja	Kuesioner
Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:219-220): 1. Kebijakan 2. Kesesuaian kompetensi 3. Kesesuaian karakter	Kuesioner Penelitian 1. Penempatan kerja dilakukan atas dasar kebijakan perusahaan 2. Penempatan kerja dilakukan atas perintah pimpinan 3. Penempatan kerja dilakukan berdasarkan hasil seleksi 4. Penempatan kerja dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat pengetahuan 5. Penempatan kerja dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat keterampilan 6. Penempatan kerja dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat pengalaman 7. Penempatan kerja disesuaikan dengan kepribadian pegawai 8. Penempatan kerja disesuaikan dengan bakat pegawai 9. Penempatan kerja disesuaikan dengan minat pegawai
Indikator Orientasi Kerja	Kuesioner
Menurut Kondoi & Nelwan (2015:1212): 1. Orientasi jangka pendek 2. Orientasi jangka panjang 3. Solidaristik 4. Komunikasi 5. Birokratik	Kuesioner Penelitian 1. Orientasi bertujuan, agar pegawai baru dapat beradaptasi dengan lingkungan kerja 2. Orientasi bertujuan, agar pegawai baru dapat berinteraksi luwes dengan pegawai lama 3. Orientasi bertujuan, agar pegawai baru dapat meningkatkan produktivitas kerja 4. Orientasi bertujuan, agar pegawai baru dapat meningkatkan kinerja 5. Orientasi bertujuan untuk membangun tim kerja yang solid 6. Orientasi bertujuan untuk membangun tim kerja suportif (saling mendukung) 7. Orientasi bertujuan untuk membangun keterbukaan komunikasi 8. Orientasi bertujuan untuk membangun kelancaran komunikasi 9. Orientasi bertujuan untuk menjaga

	<p>budaya kerja</p> <p>10. Orientasi bertujuan untuk memperkuat struktur kerja</p>
Indikator Dukungan Organisasi	Kuesioner
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:270):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas 2. Materil 3. Moril 4. Peran pimpinan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perusahaan menyediakan peralatan kerja yang memadai (lengkap) 2. Perusahaan menyediakan perlengkapan kerja yang layak (berfungsi) 3. Perusahaan memberikan kompensasi yang layak (sesuai aturan ketenagakerjaan) 4. Perusahaan memberikan kompensasi yang adil (sesuai jabatan dan jenis pekerjaan) 5. Perusahaan memberikan kebebasan menjalankan kegiatan agama 6. Perusahaan mendukung kegiatan sosial 7. Pimpinan membantu pegawai dalam mengatasi masalah 8. Pimpinan memperjuangkan kepentingan pegawai
Indikator Dukungan Sosial	Kuesioner
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:279-280):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersamaan 2. Kerja sama 3. Keterbukaan 4. Penghargaan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Saling menjaga satu sama lain 2. Saling mengasihi satu sama lain 3. Saling melindungi satu sama lain 4. Saling mendukung dalam bekerja 5. Saling membantu dalam bekerja 6. Saling memotivasi dalam bekerja 7. Saling terbuka dalam berkomunikasi 8. Saling menjaga sikap (ramah) 9. Saling menjaga perilaku (sopan) 10. Saling menghormati satu sama lain 11. Saling menjaga toleransi satu sama lain 12. Saling mengapresiasi satu sama lain
Indikator Organizational Citizenship Behavior (OCB)	Kuesioner
<p>Menurut Graham (1991) dalam Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020: 360):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Obedience 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima kebijakan organisasi dengan sepenuh hati 2. Totalitas menjalankan aturan

<p>2. Loyalty</p> <p>3. Participation</p>	<p>organisasi</p> <p>3. Totalitas mematuhi perintah pimpinan</p> <p>4. Memperjuangkan kepentingan organisasi</p> <p>5. Berkorban untuk kemajuan organisasi</p> <p>6. Mengabdikan diri untuk keberhasilan organisasi</p> <p>7. Berusaha memberikan kontribusi bagi kemajuan organisasi</p> <p>8. Berusaha mengambil peran penting bagi keberhasilan organisasi</p> <p>9. Berusaha memberikan pengaruh signifikan bagi pencapaian tujuan organisasi</p>
<p>Indikator Team Work (Kerja Sama Tim)</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Lawasi & Triatmanto (2017:54):</p> <p>1. Kerjasama</p> <p>2. Kepercayaan</p> <p>3. Kekompakkan</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Saling membantu satu sama lain</p> <p>2. Saling mendukung satu sama lain</p> <p>3. Saling berbagi satu sama lain</p> <p>4. Saling terbuka satu sama lain</p> <p>5. Saling menghormati satu sama lain</p> <p>6. Saling memahami satu sama lain</p> <p>7. Saling memotivasi satu sama lain</p> <p>8. Saling mengapresiasi satu sama lain</p> <p>9. Saling peduli satu sama lain</p>
<p>Indikator Komunikasi</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Suranto (2010) dalam Lawasi & Triatmanto (2017:52):</p> <p>1. Pemahaman</p> <p>2. Tindakan</p> <p>3. Pengaruh pada sikap</p> <p>4. Hubungan yang makin</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Komunikasi membantu memahami tugas dengan baik</p> <p>2. Komunikasi membantu memahami sistem kerja dengan baik</p> <p>3. Komunikasi membantu memahami lingkungan kerja dengan baik</p> <p>4. Komunikasi efektif mendorong perilaku disiplin</p> <p>5. Komunikasi efektif mendorong perilaku etis</p> <p>6. Komunikasi efektif mendorong perilaku profesional</p> <p>7. Komunikasi efektif mempengaruhi sikap tanggung jawab</p> <p>8. Komunikasi efektif mempengaruhi sikap komitmen</p> <p>9. Komunikasi efektif mempengaruhi sikap loyal (setia)</p> <p>10. Komunikasi efektif membangun</p>

<p>baik</p>	<p>hubungan yang akrab 11. Komunikasi efektif membangun hubungan yang solid (kompak) 12. Komunikasi efektif membangun h/. Khhii[] ubungan kekeluargaan</p>
<p>Indikator Pengembangan SDM</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Harras, Sugiarti, & Wahyudi (2020:149-150):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pendidikan 2. Pelatihan 3. Penugasan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Program pendidikan bertujuan meningkatkan pengetahuan pegawai 2. Program pendidikan bertujuan meningkatkan kecerdasan berpikir pegawai 3. Program pendidikan bertujuan meningkatkan kemampuan analisis 4. Program pelatihan bertujuan meningkatkan keterampilan kerja 5. Program pelatihan bertujuan meningkatkan pengalaman kerja 6. Program pelatihan bertujuan meningkatkan kreativitas 7. Program penugasan bertujuan meningkatkan kesiapan mental 8. Program penugasan bertujuan meningkatkan kemampuan beradaptasi 9. Program penugasan bertujuan meningkatkan sikap responsif
<p>Indikator Pengawasan</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Situmorang dan Juhir (1994) dalam Abyad (2013:22):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengawasan langsung 2. Pengawasan tidak langsung 3. Pengawasan melekat 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap hari dilakukan pemeriksaan pelaksanaan kerja 2. Setiap hari dilakukan pemeriksaan hasil kerja 3. Setiap hari dilakukan pemeriksaan laporan tugas 4. Terdapat sistem/ kartu kendali kehadiran 5. Terdapat kamera pemantau 6. Terdapat sistem laporan harian berbasis aplikasi 7. Pimpinan menanyakan kemajuan kerja 8. Pimpinan memeriksa hasil kerja 9. Pimpinan mempelajari laporan tugas

Indikator Keterlibatan Kerja	Kuesioner
<p>Menurut Busro (2018:84):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penerimaan 2. Upaya 3. Siap sedia 4. Bekerja sama 5. Keterlibatan dalam pengambilan keputusan 6. Keyakinan 7. Keterlibatan dalam merumuskan tujuan 8. Tingkat kehadiran 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima tugas dengan senang hati 2. Melaksanakan tugas dengan sepenuh hati 3. Totalitas dalam bekerja 4. Tuntas dalam bekerja 5. Selalu siap menjalankan tugas 6. Selalu siap membantu jika diminta 7. Berinteraksi baik dengan tim kerja 8. Berkomunikasi baik dengan tim kerja 9. Terlibat dalam pengambilan keputusan 10. Terlibat dalam pemecahan masalah 11. Meyakini kebijakan organisasi baik untuk pegawai 12. Mempercayai kebijakan organisasi mengakomodir kepentingan pegawai 13. Terlibat dalam merencanakan target 14. Terlibat dalam menetapkan tujuan 15. Tingkat kehadiran kerja tinggi 16. Tingkat partisipasi dalam aktivitas organisasi tinggi

3. Contoh Kuesioner Penelitian Manajemen Pemasaran

Indikator Produk	Kuesioner
<p>menurut Kotler dan Keller (2012:11):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas 2. Keanekaragaman 3. Keunggulan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan produk menarik (model, bentuk, kemasan) 2. Fungsi produk bekerja sangat baik (berfungsi, kuat, awet) 3. Manfaat produk signifikan (membantu, memudahkan, memenuhi harapan) 4. Produk mudah didapatkan (tersedia di banyak tempat) 5. Produk memiliki banyak jenis (sesuai kebutuhan) 6. Produk memiliki banyak kegunaan 7. Tampilan produk lebih menarik dari produk lain 8. Kehandalan fungsi produk lebih baik dari produk lain 9. Kegunaan produk lebih baik dari produk lain

Indikator Kualitas Produk	Kuesioner
<p>Menurut Mullins, et . al. (2005:442):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Keistimewaan tambahan 5. Reabilitas 6. Estetika 7. Kesan kualitas 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berfungsi dengan baik 2. Produk memberikan manfaat yang signifikan 3. Produk tahan lama ketika digunakan (bisa berjam-jam) 4. Produk tahan banting (walau penggunaan tinggi) 5. Kegunaan produk sesuai dengan kebutuhan 6. Manfaat (produk) yang didapat sesuai harapan 7. Perawatan produk mudah dilakukan 8. Suku cadang produk mudah didapatkan 9. Produk awet (usia produk lama) 10. Produk tidak mudah rusak 11. Model produk bagus (kekinian) 12. Kemasan produk menarik 13. Produk adalah merek populer 14. Produk banyak digunakan oleh konsumen
Indikator Lokasi	Kuesioner
<p>Menurut Levy, et. al. (2014:212):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Lalu lintas 3. Visibilitas 4. Tempat parker 5. Lingkungan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi mudah dijangkau 2. Lokasi banyak diakses oleh kendaraan 3. Lokasi memiliki tingkat keramaian tinggi 4. Lokasi memiliki tingkat pergerakan orang tinggi 5. Lokasi terlihat jelas 6. Lokasi mudah dicari 7. Lokasi memiliki halaman yang luas 8. Lokasi memiliki halaman yang nyaman untuk menaruh kendaraan 9. Lokasi berada di lingkungan yang strategis (perkantoran, pemerintahan, pendidikan) 10. Lokasi terletak di area strategis
Indikator Promosi	Kuesioner
<p>Menurut Kotler dan Keller (2012:11):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi penjualan 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi produk dengan cara memasang iklan di TV 2. Promosi produk dengan cara memasang iklan di Koran 3. Promosi produk dengan cara memasang Iklan di Internet 4. Promosi produk dengan cara memajang produk 5. Promosi produk dengan cara mengikuti

<p>3. Publisitas</p> <p>4. Penjualan pribadi</p>	<p>pameran</p> <p>6. Promosi produk dengan cara demonstrasi</p> <p>7. Promosi produk dengan cara menyebarkan informasi di website dan media sosial (facebook, instagram, tweeter)</p> <p>8. Promosi produk dengan cara menampilkan testimoni pelanggan</p> <p>9. Promosi produk dengan cara menampilkan ulasan konsumen</p> <p>10. Promosi produk dengan cara door to door</p> <p>11. Promosi produk dengan cara memasang spanduk</p> <p>12. Promosi produk dengan cara menyebarkan brosur</p>
<p>Indikator Keputusan Pembelian</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Kotler dan Keller (2012:184):</p> <p>1. Pengenalan masalah</p> <p>2. Pencarian informasi</p> <p>3. Evaluasi alternatif</p> <p>4. Keputusan pembelian</p> <p>5. Perilaku pasca pembelian</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Membeli produk berdasarkan kebutuhan</p> <p>2. Membeli produk berdasarkan keinginan</p> <p>3. Membeli produk karena telah mengetahui karakteristiknya (model, jenis, kegunaan, manfaat, dll)</p> <p>4. Membeli produk karena telah mengetahui kisaran harganya</p> <p>5. Membeli produk karena telah membandingkan kualitasnya</p> <p>6. Membeli produk karena telah membandingkan harganya</p> <p>7. Membeli produk karena telah yakin</p> <p>8. Membeli produk karena sudah suka</p> <p>9. Akan membeli produk lagi karena memuaskan</p> <p>10. Akan membeli produk lagi karena memenuhi harapan</p>
<p>Indikator Citra Merek</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Keller (2003:78):</p> <p>1. Kekuatan</p> <p>2. Keunikan</p> <p>3. Keunggulan</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Merek suatu produk sudah teruji keawetannya</p> <p>2. Merek suatu produk sudah terbukti kekuatannya</p> <p>3. Merek suatu produk sudah terbukti tahan dalam berbagai kondisi</p> <p>4. Merek suatu produk populer karena modelnya kekinian</p> <p>5. Merek suatu produk populer karena fiturnya lengkap</p> <p>6. Merek suatu produk populer karena penggunaannya praktis</p> <p>7. Merek suatu produk banyak digunakan</p>

	<p>karena kualitasnya lebih baik</p> <p>8. Merek suatu produk banyak digunakan karena manfaatnya lebih signifikan</p> <p>9. Merek suatu produk banyak digunakan karena harganya lebih terjangkau</p>
Indikator Endorser/ Celebrity Endorser	Kuesioner
<p>Menurut Shimp (2002:468):</p> <p>1. Daya tarik</p> <p>2. Kredibilitas</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Bintang iklan berparas menawan</p> <p>2. Bintang iklan pandai ber-acting</p> <p>3. Bintang iklan berkepribadian menarik</p> <p>4. Bintang iklan piawai berkomunikasi</p> <p>5. Bintang iklan pandai berinteraksi</p> <p>6. Bintang iklan adalah orang yang populer</p> <p>7. Bintang iklan adalah orang yang berpengalaman</p> <p>8. Bintang iklan adalah orang yang profesional</p> <p>9. Bintang iklan adalah orang yang cerdas (berpengetahuan luas)</p> <p>10. Bintang iklan adalah orang yang berintegritas</p>
Indikator Merek (Brand)	Kuesioner
<p>Menurut Kotler dan Keller (2009:269):</p> <p>1. Dapat diingat</p> <p>2. Berarti</p> <p>3. Dapat disukai</p> <p>4. Dapat ditransfer</p> <p>5. Dapat disesuaikan</p> <p>6. Dapat dilindungi</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Nama merek familiar</p> <p>2. Nama merek sudah dikenal luas oleh konsumen</p> <p>3. Nama merek bermakna kehidupan</p> <p>4. Nama merek bermakna ilmiah</p> <p>5. Simbol merek berdesain menarik</p> <p>6. Simbol merek berlambang kemewahan</p> <p>7. Nama merek memiliki banyak jenis/tipe/seri tertentu (Contoh: Supra Fit, Supra X, Supra X 125 FI)</p> <p>8. Nama merek memiliki banyak kelas (Contoh: Merek Beat untuk kelas matic, Merek Supra untuk kelas cub/bebek, Merek CBR untuk kelas sport)</p> <p>9. Nama dari jenis suatu merek berubah sesuai zaman</p> <p>10. Nama dari jenis suatu merek berubah sesuai minat pasar</p> <p>11. Merek sudah berbadan hukum</p> <p>12. Merek sudah memiliki hak paten</p>

Indikator Kualitas Pelayanan	Kuesioner
<p>Menurut Parasaruman dalam Rangky (2003:30):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan 5. Empati 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas pelayanan lengkap 2. Prasarana pelayanan layak digunakan 3. Pelayanan diberikan tanpa ketentuan 4. Pelayanan diberikan kepada semua konsumen 5. Pelayanan dilakukan dengan cepat 6. Pelayanan dilakukan dengan cermat 7. Pelayanan dilakukan dengan sikap ramah 8. Pelayanan dilakukan dengan perilaku sopan 9. Pelayanan dilakukan dengan sepenuh hati 10. Pelayanan dilakukan dengan sabar
Indikator Loyalitas Pelanggan	Kuesioner
<p>Menurut Griffin (2005:33-34):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang teratur 2. Membeli di luar lini 3. Referral 4. Setia 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sering membeli produk 2. Membeli produk secara terjadwal (rutin) 3. Sudah lama menjadi pelanggan 4. Produk yang dibeli tidak hanya barang pokok, namun produk lain yang dianggap perlu 5. Suka membeli produk baru karena percaya kualitasnya 6. Suka membeli produk promo ketika sedang berbelanja 7. Senang merekomendasikan produk yang berkualitas 8. Suka mengajak orang lain untuk membeli produk yang berkualitas 9. Suka menceritakan pengalaman berbelanja kepada orang lain 10. Tetap membeli produk meski banyak produk alternatif 11. Tidak tertarik beralih menggunakan produk lain 12. Tetap membeli produk meski produk lain lebih murah
Indikator Kepuasan Pelanggan	Kuesioner
<p>Menurut Tjiptono (2014:368):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan keseluruhan 2. Perasaan puas 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Puas karena kualitas produk/ jasa baik 2. Puas karena pelayanannya baik 3. Senang karena mendapatkan produk/ jasa yang berkualitas

<p>3. Konfirmasi harapan</p> <p>4. Minat pembelian ulang</p> <p>5. Kesiediaan merekomendasikan</p> <p>6. Ketidakpuasan</p>	<p>4. Senang karena mendapatkan pelayanan yang berkualitas</p> <p>5. Kualitas produk/jasa memenuhi diharapkan</p> <p>6. Kualitas pelayanan memenuhi harapan</p> <p>7. Ingin membeli kembali karena mendapatkan produk yang berkualitas</p> <p>8. Ingin membeli kembali karena mendapatkan pelayanan yang baik</p> <p>9. Senang menceritakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan (menguntungkan)</p> <p>10. Senang merekomendasikan produk/jasa berkualitas kepada orang lain</p> <p>11. Belum pernah kecewa</p> <p>12. Belum pernah komplain</p>
<p>Indikator Minat Beli</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Suwandari (2008) dalam Nasution (2014:141):</p> <p>1. Perhatian</p> <p>2. Ketertarikan</p> <p>3. Keinginan membeli</p> <p>4. Pembelian</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Ingin membeli, karena sudah memeriksanya</p> <p>2. Ingin membeli, karena sudah tahu informasi tentang produk</p> <p>3. Ingin membeli, karena sudah membandingkannya</p> <p>4. Ingin membeli, karena suka dengan modelnya</p> <p>5. Ingin membeli, karena suka dengan kualitasnya</p> <p>6. Ingin membeli, karena suka dengan harganya</p> <p>7. Ingin membeli, karena sudah yakin</p> <p>8. Ingin membeli, karena sudah memilih</p> <p>9. Ingin membeli, karena sudah memutuskan</p> <p>10. Melakukan pembelian karena sudah yakin</p> <p>11. Melakukan pembelian karena sudah memilih</p> <p>12. Melakukan pembelian karena sudah memutuskan</p>
<p>Indikator Harga</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Hasan (2008:298):</p> <p>1. Keterjangkauan</p> <p>2. Kesesuaian dengan kualitas</p> <p>3. Daya saing harga</p> <p>4. Kesesuaian dengan</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Harga yang ditetapkan terjangkau</p> <p>2. Harga yang ditetapkan wajar</p> <p>3. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk</p> <p>4. Harga yang ditetapkan sesuai dengan kegunaan produk</p> <p>5. Harga yang ditetapkan sesuai pasaran</p> <p>6. Harga yang ditetapkan lebih murah</p> <p>7. Harga yang ditetapkan sesuai dengan</p>

<p>manfaat</p> <p>5. Potongan harga</p>	<p>manfaat produk</p> <p>8. Harga yang ditetapkan sesuai dengan nilai yang didapat (kemudahan, status sosial, dll)</p> <p>9. Pada waktu tertentu, harga yang ditetapkan lebih murah (diskon)</p> <p>10. Pada pembelian tertentu, harga yang ditetapkan lebih murah (diskon)</p>
<p>Indikator Green Packaging</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Santoso & Fitriani (2016:149):</p> <p>1. Dapat didaur ulang</p> <p>2. Dapat digunakan kembali</p> <p>3. Terbuat dari material daur ulang</p> <p>4. Tidak berbahaya</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Limbah kemasan ramah lingkungan</p> <p>2. Limbah kemasan dapat didaur ulang</p> <p>3. Limbah kemasan dapat digunakan kembali</p> <p>4. Limbah kemasan aman bagi kesehatan jika digunakan kembali</p> <p>5. Kemasan dibuat dari material daur ulang</p> <p>6. Kemasan dibuat dari material bekas</p> <p>7. Kemasan aman dari zat kimia berbahaya</p> <p>8. Kemasan dibuat aman bagi kesehatan konsumen</p>
<p>Indikator Green Product</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Santoso & Fitriani (2016:149):</p> <p>1. Ramah lingkungan</p> <p>2. Kinerja sesuai harapan</p> <p>3. Aman</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Limbah produk ramah lingkungan</p> <p>2. Limbah produk dapat didaur ulang</p> <p>3. Limbah produk tidak merusak lingkungan</p> <p>4. Fungsi produk bekerja dengan baik</p> <p>5. Kegunaan produk sesuai harapan</p> <p>6. Manfaat produk terasa signifikan</p> <p>7. Produk dibuat dengan standar kesehatan BPOM</p> <p>8. Produk dibuat dengan standar halal MUI</p> <p>9. Produk dibuat dari bahan baku yang aman bagi kesehatan</p>
<p>Indikator Persepsi Nilai Pelanggan</p>	<p>Kuesioner</p>
<p>Menurut Kusdyah (2012:27):</p> <p>1. Nilai tambah</p> <p>2. Produk bermanfaat</p> <p>3. Hasil sesuai harga</p> <p>4. Kualitas produk sesuai harga</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Produk memiliki fungsi/ fitur tambahan</p> <p>2. Produk memberikan nilai tambah (ex: status sosial)</p> <p>3. Kegunaan produk sesuai harapan</p> <p>4. Manfaat produk signifikan</p> <p>5. Manfaat produk sesuai dengan harganya</p> <p>6. Nilai tambah produk sesuai dengan harganya</p> <p>7. Kinerja produk sesuai dengan harganya</p> <p>8. Kehandalan produk sesuai dengan harganya</p>

Indikator Kepercayaan Pelanggan	Kuesioner
<p>Menurut Moorman, et. al. (1993) dalam Setiawan (2007:221):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja sesuai harapan 2. Sesuai standar 3. Benar 4. Konsisten 5. Reliabel 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Secara keseluruhan, produk berfungsi dengan baik 2. Secara keseluruhan, produk memiliki daya tahan yang baik 3. Produk telah lolos uji, sehingga berfungsi dengan baik 4. Produk telah lolos uji, sehingga daya tahannya lama 5. Mendapatkan produk yang benar-benar sesuai kebutuhan 6. Mendapatkan produk yang benar-benar sesuai keinginan 7. Kualitas produk terjaga 8. Fungsi produk dinamis dengan perubahan kebutuhan 9. Kualitas produk teruji 10. Manfaat produk signifikan
Indikator Komitmen Konsumen	Kuesioner
<p>Menurut Morgan dan Hunt (1994) dalam Setiawan (2007:221):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan bangga 2. Perasaan memiliki 3. Perhatian 4. Menjadi pendukung setia 5. Bersikap mendukung 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bangga memiliki produk 2. Ingin memamerkan produk kepada orang lain 3. Tahu banyak tentang produk 4. Sangat paham tentang cara menggunakan produk 5. Antusias mengajak orang lain untuk memiliki produk 6. Senang menceritakan kualitas produk kepada orang lain 7. Tidak tertarik untuk menggunakan produk lain 8. Tidak berniat untuk pindah ke produk lain 9. Memberikan testimoni baik tentang produk 10. Memberikan penilaian baik terhadap produk
Indikator Store Atmosphere	Kuesioner
<p>Menurut Berman dan Evan (1992:463) dalam Marchall, dkk. (2015:1007):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Store eksterior 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan luar toko menarik 2. Desain luar toko unik

<p>2. General interior</p> <p>3. Store layout</p> <p>4. Interior display</p>	<p>3. Warna cat luar toko bagus</p> <p>4. Tampilan dalam toko menarik</p> <p>5. Keadaan bagian dalam toko sejuk</p> <p>6. Suasana bagian dalam toko nyaman/tenang</p> <p>7. Tata letak ruang toko rapih</p> <p>8. Tata letak rak produk rapih</p> <p>9. Tata letak barang teratur</p> <p>10. Tampilan pajangan produk menarik</p> <p>11. Tata letak rak pajangan produk rapih</p> <p>12. Produk tersusun rapih</p>
<p align="center">Indikator Sikap Konsumen</p>	<p align="center">Kuesioner</p>
<p>Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) dalam Marchall, dkk. (2015:1007):</p> <p>1. Sikap kognitif</p> <p>2. Sikap afektif</p> <p>3. Sikap konatif</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Membeli produk atas dasar pengetahuan</p> <p>2. Membeli produk atas dasar pengalaman</p> <p>3. Membeli produk atas dasar kecerdasan</p> <p>4. Membeli produk atas dasar kebutuhan</p> <p>5. Membeli produk atas dasar keinginan</p> <p>6. Membeli produk atas dasar kesukaan</p> <p>7. Membeli produk atas dasar insting</p> <p>8. Membeli produk atas dasar kebiasaan</p> <p>9. Membeli produk atas dasar kepribadian</p>
<p align="center">Indikator Ekuitas Merek</p>	<p align="center">Kuesioner</p>
<p>Menurut Aaker dalam Rangkuti (2004:39):</p> <p>1. Kesadaran merek</p> <p>2. Persepsi kualitas</p> <p>3. Asosiasi merek</p> <p>4. Loyalitas merek</p> <p>5. Aset-aset lainnya</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Merek melekat dalam ingatan</p> <p>2. Merek melekat dalam kebiasaan</p> <p>3. Merek dinilai bergengsi</p> <p>4. Merek dinilai populer</p> <p>5. Merek dikenal karena banyak dijual</p> <p>6. Merek dikenal karena banyak digunakan</p> <p>7. Merek yang sering dibeli</p> <p>8. Merek yang menjadi pilihan utama</p> <p>9. Merek banyak ditemukan di lingkungan sekitar</p> <p>10. Merek banyak digunakan di lingkungan sekitar</p>
<p align="center">Indikator Word Of Mouth</p>	<p align="center">Kuesioner</p>
<p>Menurut Babin (2015:74):</p> <p>1. Menceritakan hal positif</p> <p>2. Merekomendasikan</p>	<p>Kuesioner Penelitian</p> <p>1. Konsumen suka menceritakan kualitas produk</p> <p>2. Konsumen suka menceritakan keunggulan produk</p> <p>3. Konsumen suka menceritakan pengalaman positif tentang produk</p> <p>4. Konsumen bersedia merekomendasikan</p>

<p>3. Referral</p>	<p>produk</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Konsumen bersedia mengajak membeli produk 6. Konsumen bersedia menunjukkan produk 7. Konsumen bersedia memberikan tanggapan positif tentang produk 8. Konsumen bersedia memberikan penilaian baik tentang produk 9. Konsumen bersedia memberikan kesaksian tentang kualitas produk
<p style="text-align: center;">Indikator Kesadaran Merek</p>	<p style="text-align: center;">Kuesioner</p>
<p>Menurut Sharokk et, al. (2012) dalam Wicaksono & Seminari (2016:5113):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Familiar 2. Terkenal 3. Kompetitif 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama merek sering didengar 2. Nama merek sering dijumpai 3. Nama merek sering digunakan/dibeli 4. Merek dikenal luas oleh konsumen 5. Merek mudah dijumpai di banyak tempat 6. Merek banyak digunakan/dibeli 7. Nama merek mudah diingat 8. Nama merek populer 9. Nama merek memiliki kesan kualitas
<p style="text-align: center;">Indikator Pengalaman Berbelanja</p>	<p style="text-align: center;">Kuesioner</p>
<p>Menurut Arifin, dkk. (2018:25):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Puas dengan pengalaman sebelumnya 2. Senang dengan pengalaman sebelumnya 3. Berbagi pengalaman 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sepengalaman berbelanja, mendapatkan pelayanan yang baik 2. Sepengalaman berbelanja, mendapatkan produk yang berkualitas 3. Sepengalaman berbelanja, mendapatkan fasilitas pelayanan yang baik 4. Sepengalaman berbelanja, sering mendapatkan potongan harga 5. Sepengalaman berbelanja, selalu mendapatkan pelayanan yang ramah 6. Sepengalaman berbelanja, selalu mendapatkan respons yang cepat 7. Senang menceritakan pengalaman berbelanja yang memuaskan 8. Senang menceritakan pengalaman berbelanja yang menguntungkan 9. Senang menceritakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan

Indikator Kelengkapan Produk	Kuesioner
<p>Menurut Raharjani (2005:8):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keragaman produk yang dijual 2. Variasi produk yang dijual 3. Ketersediaan produk yang dijual 4. Macam merek yang tersedia 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tersedia banyak pilihan produk kebutuhan sehari-hari 2. Tersedia banyak pilihan produk kebutuhan pendukung 3. Tersedia banyak pilihan produk kebutuhan penunjang 4. Tersedia banyak pilihan jenis produk dalam kategori yang sama 5. Tersedia banyak produk alternatif 6. Tersedia banyak produk dari berbagai produsen 7. Produk yang dijual selalu tersedia 8. Produk yang dijual selalu terpajang 9. Produk yang dijual selalu memiliki stok 10. Tersedia banyak merek produk kebutuhan pokok 11. Tersedia banyak merek produk kebutuhan penunjang 12. Tersedia banyak merek produk kebutuhan pendukung
Indikator Fasilitas	Kuesioner
<p>Menurut Mudie dan Cottam dalam Tjiptono (2004:46):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertimbangan Spasial 2. Perencanaan Ruang 3. Perlengkapan 4. Tata Cahaya 5. Warna 6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis 	<p>Kuesioner Penelitian</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitas dirancang dengan model yang modern 2. Fasilitas dirancang dengan corak yang menarik 3. Tata letak ruangan teratur 4. Tata letak ruangan bergaya modern 5. Tersedia tempat penitipan barang 6. Tersedia ruang tunggu yang nyaman 7. Tata cahaya sesuai dengan ukuran ruangan 8. Tata cahaya serasi dengan warna ruangan 9. Warna ruangan menarik 10. Warna ruangan bercorak modern 11. Terdapat banyak pajangan lukisan 12. Terdapat banyak pajangan patung

PANDUAN OLAH DATA

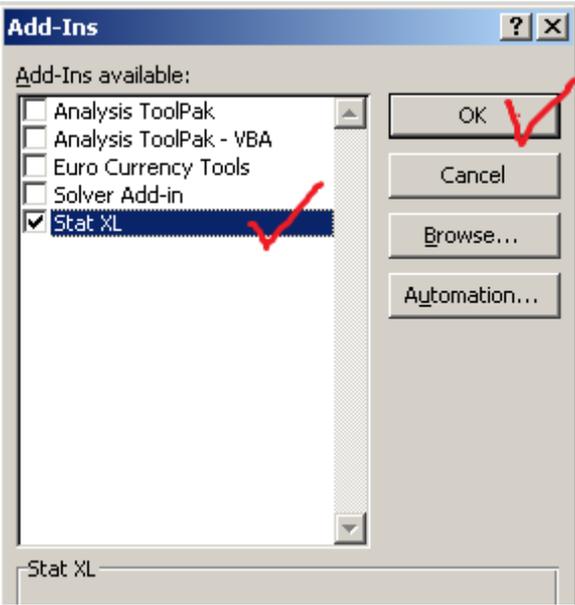
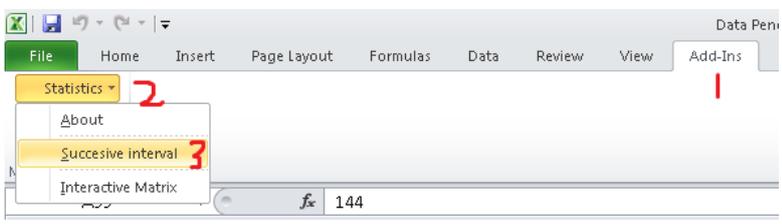


Sumber: <http://kinibisa.com/artikel/>

Gambar 5. Panduan Olah Data

Tiba saatnya pada bagian utama, apa itu? Menyusun BAB 4. Namun kita tahu, dalam penelitian kuantitatif menyusun BAB 4 harus melakukan olah data. Ya, ini bagian yang sangat penting, karena merupakan inti dari penelitian. Selain itu, tidak banyak dari mahasiswa yang mengetahui dan mengerti bagaimana caranya melakukan olah data, bagaimana mengartikan hasil olah data, dan bagaimana menjelaskan maksud dari hasil olah data. Oleh karena itu, pada bagian ini akan disajikan langkah-langkah mengolah data, lengkap dengan contohnya, sehingga memudahkan mahasiswa mempraktekkannya.

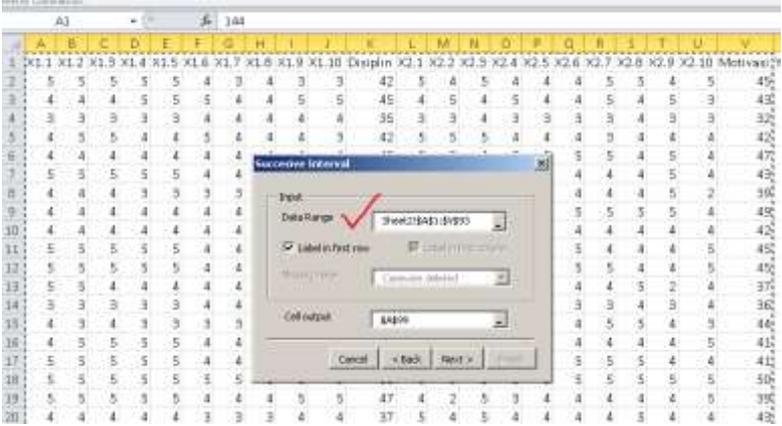
1. Cara Merubah Data Ordinal Menjadi Internal

<p>PERTAMA</p> <p>Unduh File MSI</p>	<p>http://www.ojspustek.org/index.php/SJR</p> <p>Klik Gambar “ANALYTICS” di sebelah kanan website</p> 
<p>KEDUA</p> <p>Tambahkan File MSI yang sudah diunduh ke dalam Microsoft Excel</p>	<p>Buka Ms Excel dan Klik Menu FILE > OPTIONS > ADD-INS > GO...> BROWSE...(cari file MSI) > OK</p> 
<p>KETIGA</p> <p>Buka File Data Penelitian hasil sebaran kuesioner</p>	<p>Buka Ms Excel dan Klik Menu Add-Ins > Statitics > Succesive Interval</p> 

KEEMPAT
Merubah
Ordinal
Interval

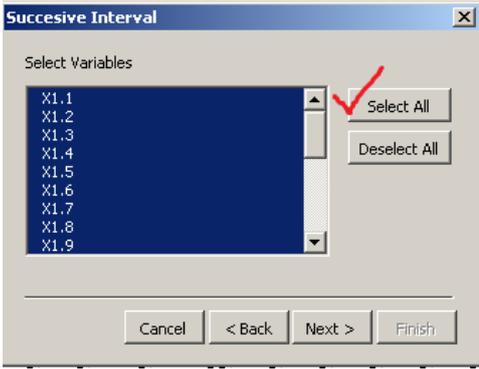
Data
Menjadi

Pada kolom **“Data Range”** isikan data dengan cara membloknnya.

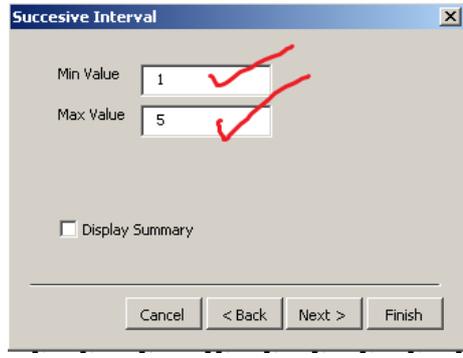


Kemudian Klik **Next > Select All > Next**

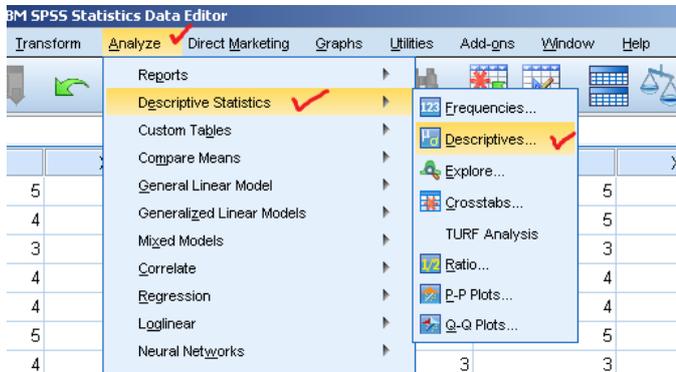
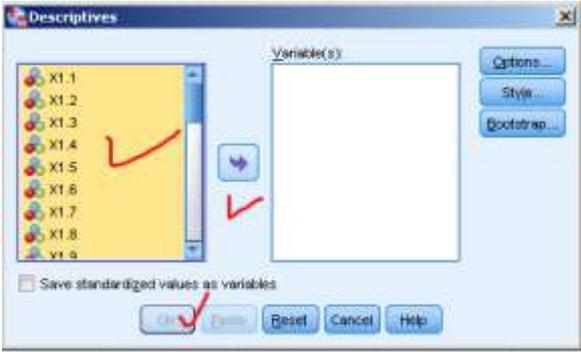
Ingat...! Yang dipilih hanya item kuesioner, tidak total skor variabel



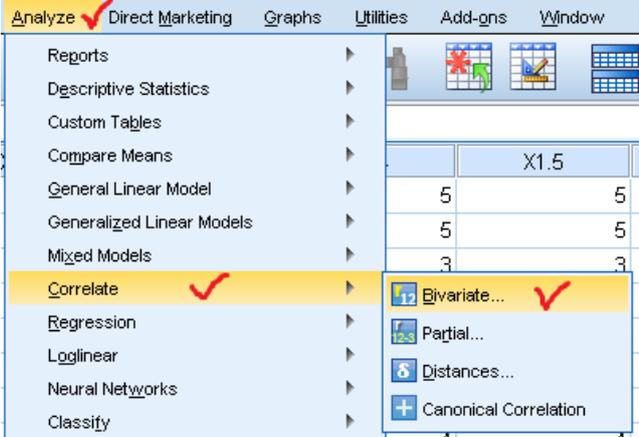
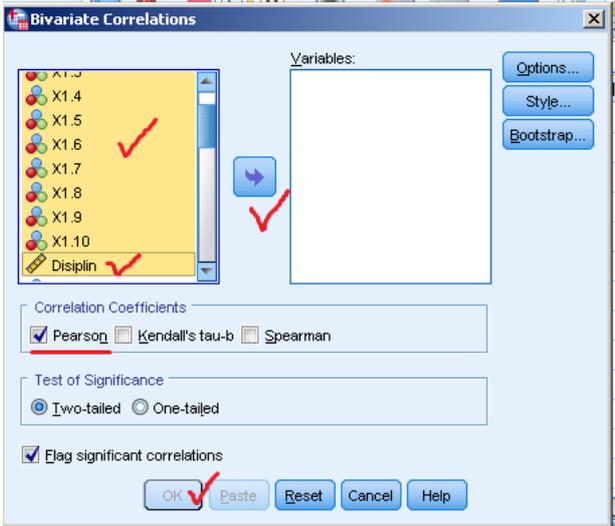
Kemudian Isikan **> [Min Value = 1] > [Max Value = 5] > Klik Finish**



2. Cara Uji Deskriptif menggunakan SPSS

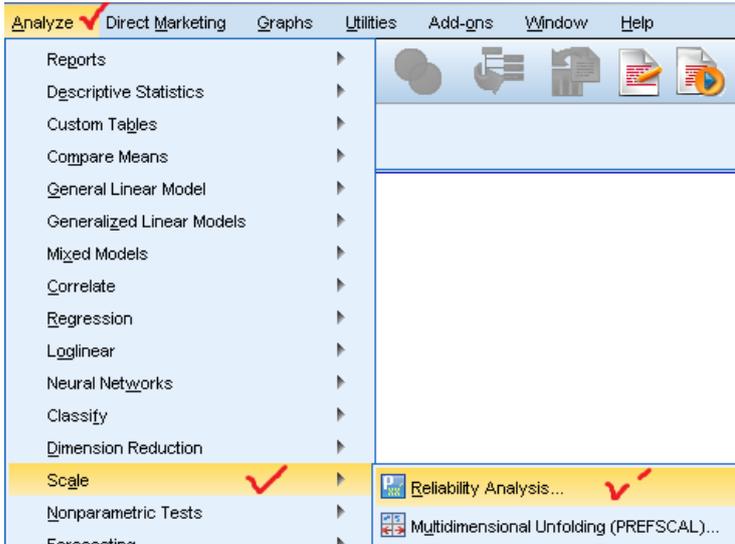
<p>PERTAMA</p>	<p>Klik Menu</p> <p>Analyze > Descriptive Statistics > Descriptives</p> 																																																																								
<p>KEDUA</p>	<p>Pilih Data Penelitian Setiap Variabel dengan Cara: Tekan “SHIFT + Klik Data” > Klik Panah > Ok</p> 																																																																								
<p>KETIGA</p> <p>Hasil dan Pembahasan</p>	<p style="text-align: center;">Descriptive Statistics</p> <table border="1" data-bbox="619 1249 1361 1617"> <thead> <tr> <th></th> <th>N</th> <th>Minimum</th> <th>Maximum</th> <th>Mean</th> <th>Std. Deviation</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>X1.1</td> <td>92</td> <td>1</td> <td>5</td> <td>4.22</td> <td>.836</td> </tr> <tr> <td>X1.2</td> <td>92</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>4.25</td> <td>.750</td> </tr> <tr> <td>X1.3</td> <td>92</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>4.25</td> <td>.705</td> </tr> <tr> <td>X1.4</td> <td>92</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>4.26</td> <td>.779</td> </tr> <tr> <td>X1.5</td> <td>92</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>4.25</td> <td>.750</td> </tr> <tr> <td>X1.6</td> <td>92</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>3.95</td> <td>.521</td> </tr> <tr> <td>X1.7</td> <td>92</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>3.86</td> <td>.505</td> </tr> <tr> <td>X1.8</td> <td>92</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>4.14</td> <td>.622</td> </tr> <tr> <td>X1.9</td> <td>92</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>3.87</td> <td>.633</td> </tr> <tr> <td>X1.10</td> <td>92</td> <td>2</td> <td>5</td> <td>4.16</td> <td>.774</td> </tr> <tr> <td>Valid N (listwise)</td> <td>92</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Berdasarkan analisis deskriptif di atas, diketahui bahwa jumlah responden (N) sebanyak 92 orang. Di mana jawaban terendah/minimum yakni 1 (satu) dengan kategori tidak setuju dan jawaban tertinggi/Maximum adalah 5 (lima) dengan kategori sangat setuju. Diketahui indikator yang paling lemah adalah kuesioner X1.7 dengan rata-rata jawaban 3,86 (mean). Sedangkan indikator yang paling tinggi adalah kuesioner X1.4 dengan rata-rata jawaban 4,26 (mean).</p>		N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	X1.1	92	1	5	4.22	.836	X1.2	92	2	5	4.25	.750	X1.3	92	2	5	4.25	.705	X1.4	92	2	5	4.26	.779	X1.5	92	2	5	4.25	.750	X1.6	92	3	5	3.95	.521	X1.7	92	3	5	3.86	.505	X1.8	92	3	5	4.14	.622	X1.9	92	2	5	3.87	.633	X1.10	92	2	5	4.16	.774	Valid N (listwise)	92				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation																																																																				
X1.1	92	1	5	4.22	.836																																																																				
X1.2	92	2	5	4.25	.750																																																																				
X1.3	92	2	5	4.25	.705																																																																				
X1.4	92	2	5	4.26	.779																																																																				
X1.5	92	2	5	4.25	.750																																																																				
X1.6	92	3	5	3.95	.521																																																																				
X1.7	92	3	5	3.86	.505																																																																				
X1.8	92	3	5	4.14	.622																																																																				
X1.9	92	2	5	3.87	.633																																																																				
X1.10	92	2	5	4.16	.774																																																																				
Valid N (listwise)	92																																																																								

3. Cara Uji Validitas Menggunakan SPSS

<p>PERTAMA</p>	<p>Klik Menu Analyze > Correlate > Bivariate</p> 																																																																						
<p>KEDUA</p>	<p>Pilih Data Setiap Kuesioner + Total Variabel dengan Cara: Tekan “SHIFT + Klik Data” > Klik Panah > Ok</p> 																																																																						
<p>KETIGA Hasil dan Pembahasan</p>	<p style="text-align: center;">Correlations</p> <table border="1" data-bbox="724 1559 1390 2016"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>X1.1</th> <th>X1.2</th> <th>X1.3</th> <th>Disiplin</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">X1.1</td> <td>Pearson Correlation</td> <td>1</td> <td>.840</td> <td>.801</td> <td>.827</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td></td> <td>.000</td> <td>.000</td> <td>.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>92</td> <td>92</td> <td>92</td> <td>92</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X1.2</td> <td>Pearson Correlation</td> <td>.840**</td> <td>1</td> <td>.919**</td> <td>.866**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td>.000</td> <td></td> <td>.000</td> <td>.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>92</td> <td>92</td> <td>92</td> <td>92</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">X1.3</td> <td>Pearson Correlation</td> <td>.801**</td> <td>.919**</td> <td>1</td> <td>.859**</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td>.000</td> <td>.000</td> <td></td> <td>.000</td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>92</td> <td>92</td> <td>92</td> <td>92</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Disiplin</td> <td>Pearson Correlation</td> <td>.827**</td> <td>.866**</td> <td>.859**</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Sig. (2-tailed)</td> <td>.000</td> <td>.000</td> <td>.000</td> <td></td> </tr> <tr> <td>N</td> <td>92</td> <td>92</td> <td>92</td> <td>92</td> </tr> </tbody> </table>			X1.1	X1.2	X1.3	Disiplin	X1.1	Pearson Correlation	1	.840	.801	.827	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	N	92	92	92	92	X1.2	Pearson Correlation	.840**	1	.919**	.866**	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	N	92	92	92	92	X1.3	Pearson Correlation	.801**	.919**	1	.859**	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	N	92	92	92	92	Disiplin	Pearson Correlation	.827**	.866**	.859**	1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		N	92	92	92	92
		X1.1	X1.2	X1.3	Disiplin																																																																		
X1.1	Pearson Correlation	1	.840	.801	.827																																																																		
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000																																																																		
	N	92	92	92	92																																																																		
X1.2	Pearson Correlation	.840**	1	.919**	.866**																																																																		
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000																																																																		
	N	92	92	92	92																																																																		
X1.3	Pearson Correlation	.801**	.919**	1	.859**																																																																		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000																																																																		
	N	92	92	92	92																																																																		
Disiplin	Pearson Correlation	.827**	.866**	.859**	1																																																																		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000																																																																			
	N	92	92	92	92																																																																		

	<p>** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).</p> <p>Berdasarkan tabel di atas, diketahui kuesioner no.1 memiliki nilai Pearson Correlation sebesar 0.827, kuesioner no.2 memiliki nilai Pearson Correlation sebesar 0.866, dan kuesioner no.3 memiliki nilai Pearson Correlation sebesar 0.859. Ketiga kuesioner tersebut dinyatakan valid, karena memiliki nilai korelasi lebih besar dari R_{tabel} Product Moment sebesar 0.203 (Lihat R tabel Product Momen; Sampel 92 & Sig 0.05).</p> <p>Dapat disimpulkan, bahwa kuesioner yang diajukan kepada responden adalah kuesioner yang dapat mengukur atau menggali informasi tentang variabel disiplin, dengan demikian data dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menguji dan menganalisis variabel disiplin, sehingga diperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian</p>
--	---

4. Cara Uji Reliabilitas Menggunakan SPSS

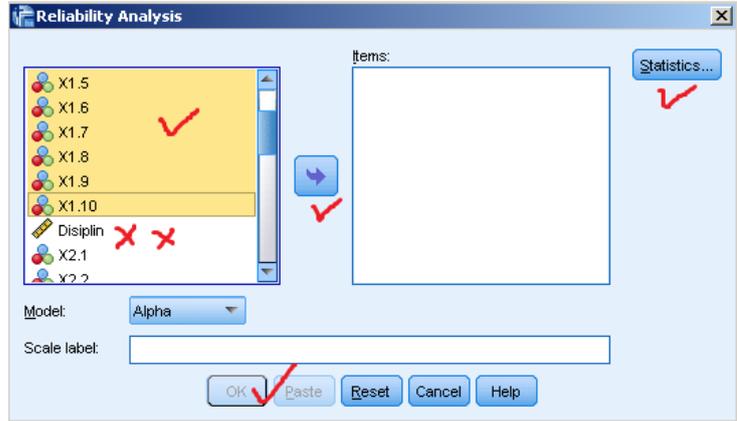
<p>PERTAMA</p>	<p>Klik Menu</p> <p>Analyze > Scale > Reliability Analysis</p> 
-----------------------	--

KEDUA

Pilih Data Penelitian Setiap Variabel

Ingat...! hanya data kuesioner, tidak skor data variabel

Tekan **“SHIFT + Klik Data” > Klik Panah > Statistics (ceklis Means) > Continue > Ok**



KETIGA

Hasil dan Pembahasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.937	.936	10

Berdasarkan hasil olah data di atas, diketahui nilai Cronbach's Alpha Standar variabel Disiplin kerja sebesar 0,936 dan dinyatakan reliabel. Nilai tersebut lebih besar dari kriteria reliabilitas sebesar 0,70 (Nunnally, 1994 dalam Ghozali, 2018:46).

Dapat disimpulkan, bahwa seluruh kuesioner variabel disiplin kerja memiliki tingkat konsistensi yang baik, sehingga data penelitian memiliki kualitas yang dibutuhkan dalam penelitian.

5. Cara Uji Normalitas Menggunakan SPSS

PERTAMA
Membuat data residual

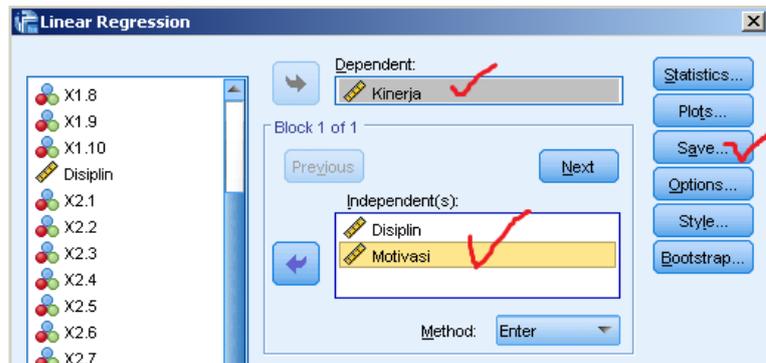
Klik Menu

Analyze > Regression > Linear

Kemudian, pada kolom:

Dependent : Masukkan variabel Y

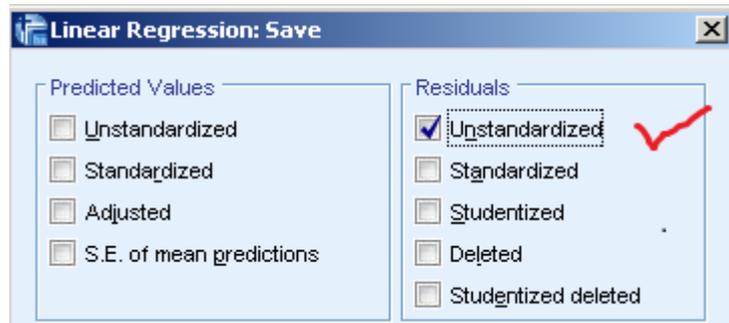
Independen : Masukkan semua variabel X



Kemudian, klik menu

Save > Ceklis Unstandardized (pada kolom residual)

> Continue > Ok



Sekarang Kita Sudah Punya data Residual

(lihat pada tabel data SPSS)

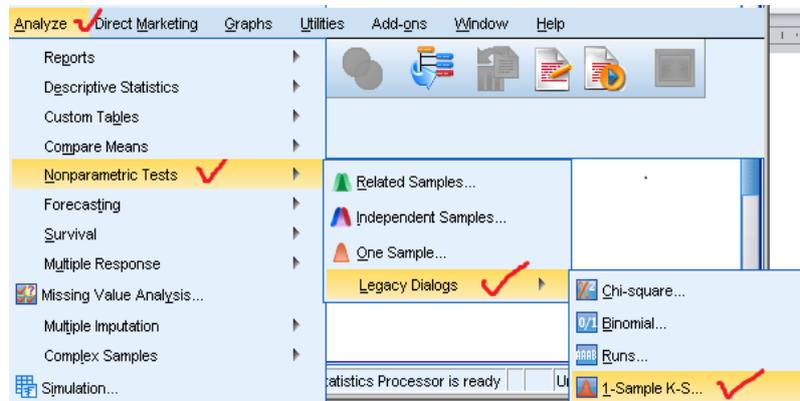
2 [DataSet1] - IBM SPSS Statistics Data Editor

	Y10	Kinerja	RES_1	var
3	3	40	-4.52455	
4	4	44	-1.03860	
4	4	36	2.16902	
5	4	42	-.91234	
4	4	46	1.45989	
4	4	43	-1.50898	
4	3	40	1.87759	
5	4	49	3.38508	

KEDUA

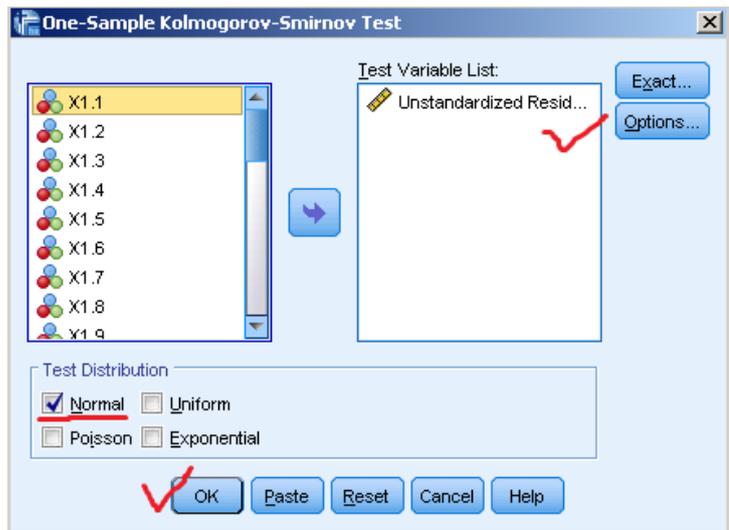
Klik Menu

Analyze > Nonparametric Tests > Legacy Dialogs > 1-Sample K-S



Kemudian Masukkan,

Data Residual ke Kotak Tes Variabel List > Ok



KETIGA

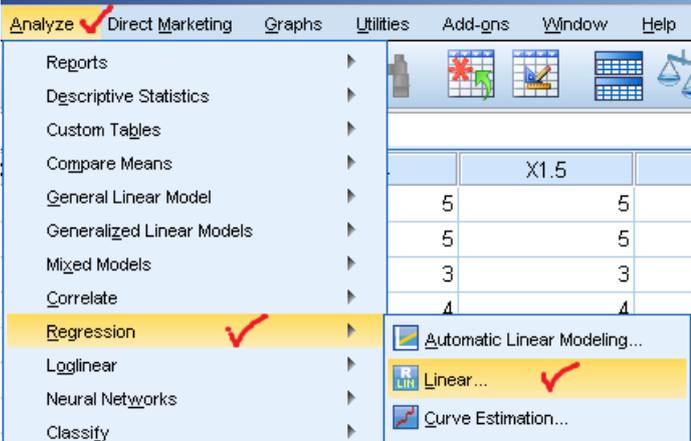
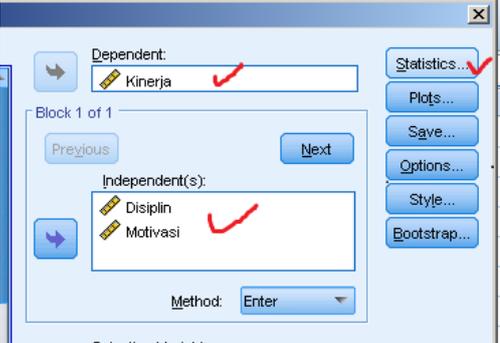
Hasil dan Pembahasan

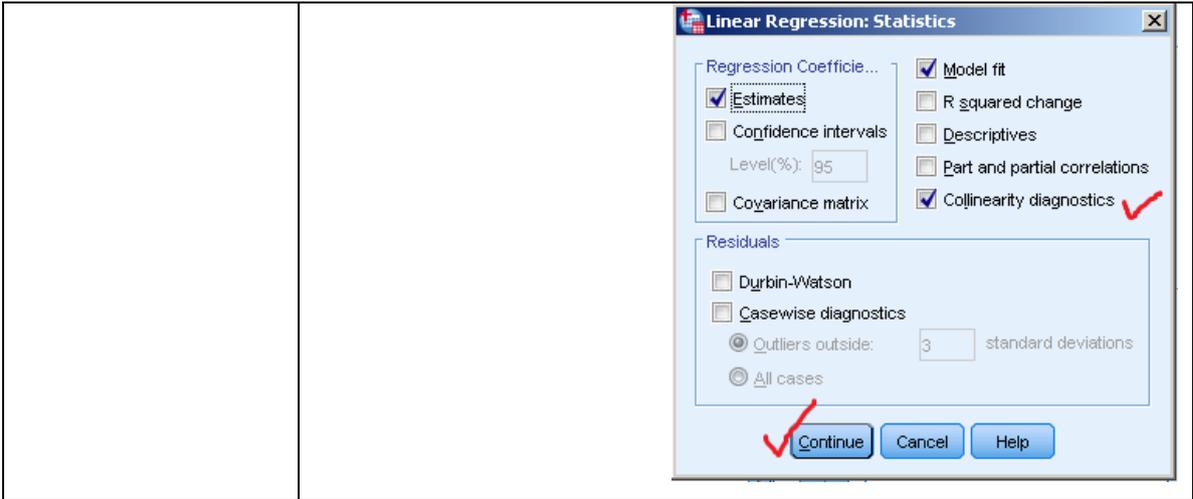
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.26538738
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.062
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.165 ^c

Berdasarkan tabel di atas, diketahui data residual memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Artinya, data berdistribusi normal. Hasil ini menegaskan bahwa data penelitian telah memenuhi salah satu syarat asumsi klasik dalam penelitian parametris.

6. Cara Uji Multikolinearitas Menggunakan SPSS

<p>PERTAMA</p>	<p>Klik Menu Analyze > Regression > Linear</p> 
<p>KEDUA</p>	<p>Kemudian, pada kolom: Dependent : Masukkan variabel Y Independen : Masukkan semua variabel X</p>  <p>Selanjutnya, Klik Statistics > Ceklis Collinearity Diagnostics > Continue > Ok</p>



KETIGA

Hasil dan Pembahasan

Coefficients^a

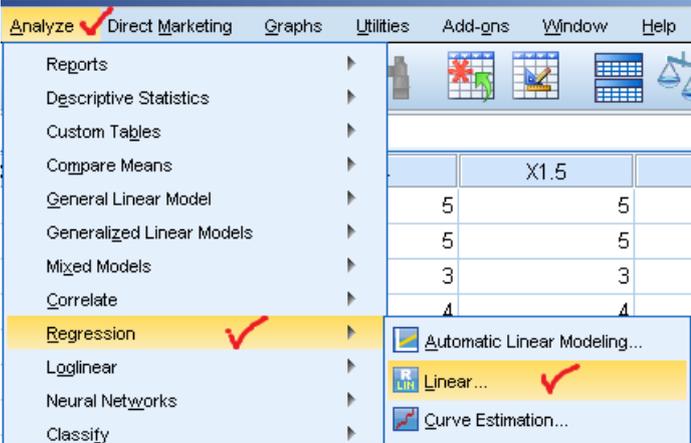
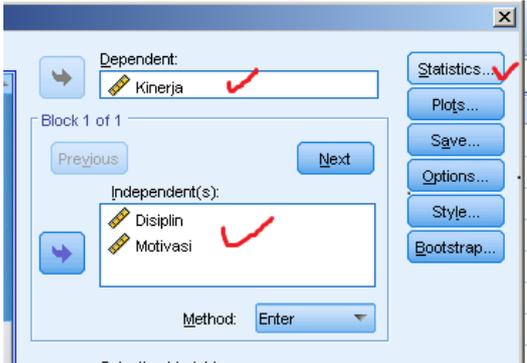
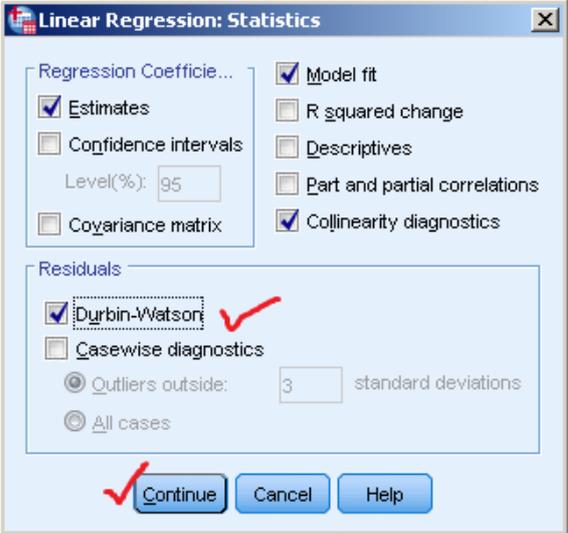
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	-1.903	2.192				-.868
Disiplin	.530	.053	.530	9.951	.000	.681	1.469
Motivasi	.537	.058	.498	9.341	.000	.681	1.469

a. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa variabel disiplin dan motivasi memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0.10 (**0.681 > 0.10**), dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (**1.469 < 10**). Dapat disimpulkan jika data penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

Hasil analisis ini menegaskan jika data penelitian sangat layak digunakan untuk melakukan analisis regresi parametris.

7. Cara Uji Autokorelasi Menggunakan SPSS

<p>PERTAMA</p>	<p>Klik Menu Analyze > Regression > Linear</p> 
<p>KEDUA</p>	<p>Kemudian, pada kolom: Dependent : Masukkan variabel Y Independen : Masukkan semua variabel X</p>  <p>Selanjutnya, Klik Statistics > Ceklis Durbin-Watson > Continue > Ok</p> 

<p>KETIGA</p> <p>Hasil dan Pembahasan</p>	Model Summary^b					
	Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	1	.910 ^a	.828	.824	2.291	1.851

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Disiplin
 b. Dependent Variable: Kinerja

Keterangan :

N = 92
 K = 2 (variabel bebas > motivasi & disiplin)
 Nilai Durbin Watson = 1,851 (hasil olah data)
 Nilai DU = 1,705 (Lihat Tabel Durbin Watson)
 Nilai 4 – DU = 2.295 (4 – 1,705)

Berdasarkan hasil olah data di atas, diketahui nilai Durbin Watson dalam penelitian ini sebesar 1,851 lebih besar dari nilai DU tabel 1,705 (1.851 > 1.705). Namun, nilai Durbin Watson hasil olah data lebih kecil dari rumus (4 - DU) (1.851 < 2.295). Dapat disimpulkan letak nilai autokorelasi data penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$DU < \text{Durbin Watson} < 4 - DU$$

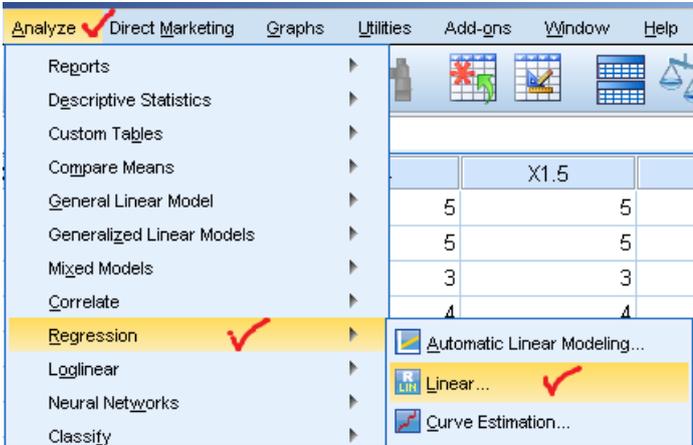
$$1,705 < \mathbf{1,851} < 2,295$$

Berdasarkan letak tersebut, maka dapat diputuskan bahwa data dalam penelitian ini tidak memiliki masalah autokorelasi (Ghozali, 2018:112). Hasil analisis ini menegaskan jika data penelitian sangat layak digunakan untuk melakukan analisis regresi parametris.

8. Cara Uji Heteroskedastisitas Menggunakan SPSS

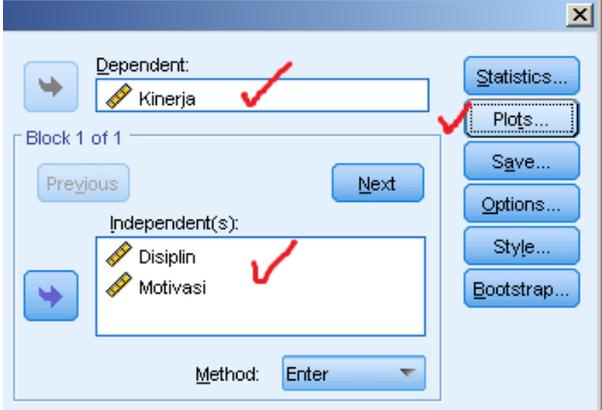
PERTAMA

Klik Menu
Analyze > Regression > Linear

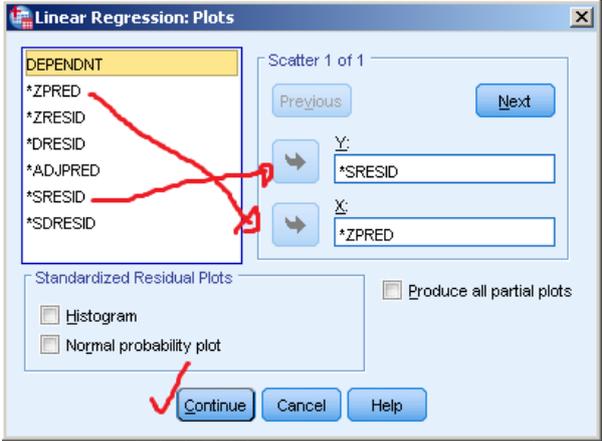


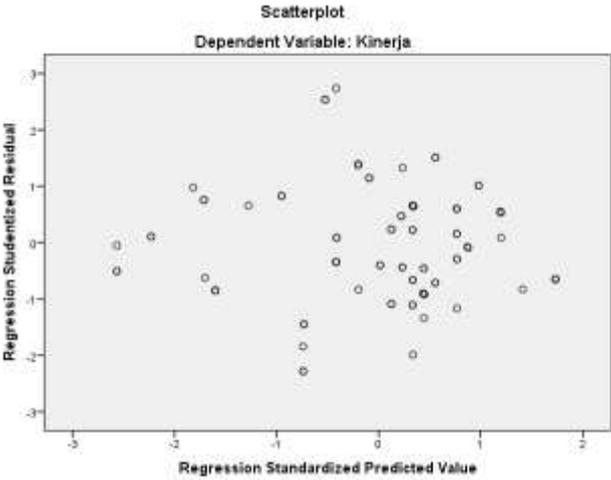
KEDUA

Kemudian, pada kolom:
Dependent : Masukkan variabel Y
Independen : Masukkan semua variabel X

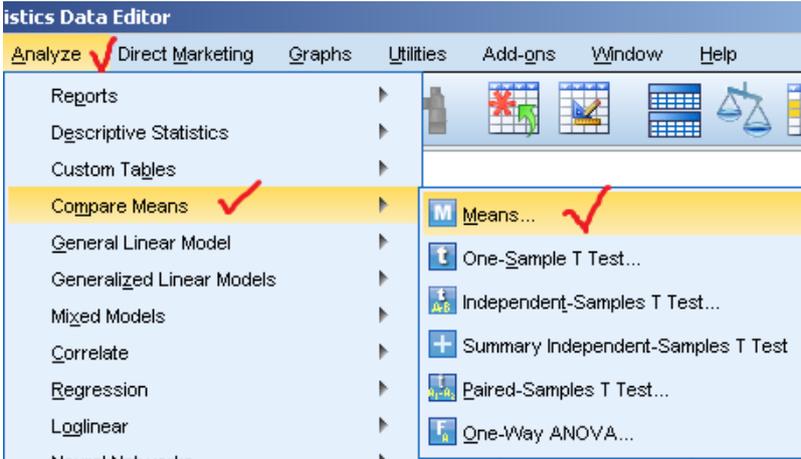


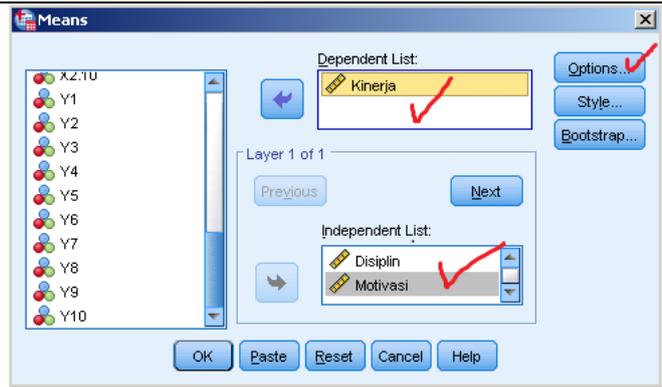
Selanjutnya Klik **Plots** dan isikan
ZPRED ke **Kotak X**
SRESID ke **Kotak Y**



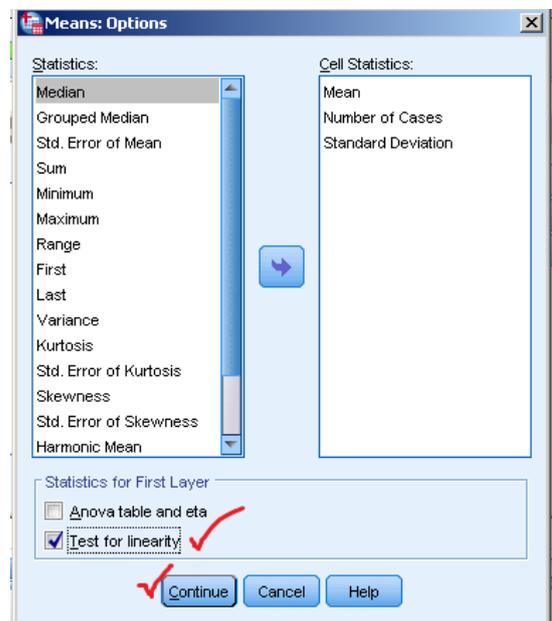
<p>KETIGA</p> <p>Hasil dan Pembahasan</p>	<div style="text-align: center;">  <p>Scatterplot Dependent Variable: Kinerja</p> </div> <p>Gambar di atas menunjukkan, bahwa data (titik - titik) menyebar secara merata, tidak ada data yang membentuk pola tertentu (berkumpul pada satu titik), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.</p> <p>Hasil analisis ini menegaskan jika data penelitian sangat layak digunakan untuk melakukan analisis regresi parametris.</p>
--	---

9. Cara uji Linearitas Menggunakan SPSS

<p>PERTAMA</p>	<p>Klik Menu</p> <p>Analyze > Compare Means > Means</p> 
<p>KEDUA</p>	<p>Kemudian, pada kolom:</p> <p>Dependent : Masukkan variabel Y</p> <p>Independen : Masukkan semua variabel X</p>



Kemudian, Klik **Options** > **Ceklis Test of Linearity** > **Contune** > **Ok**



KETIGA

Hasil dan Pembahasan

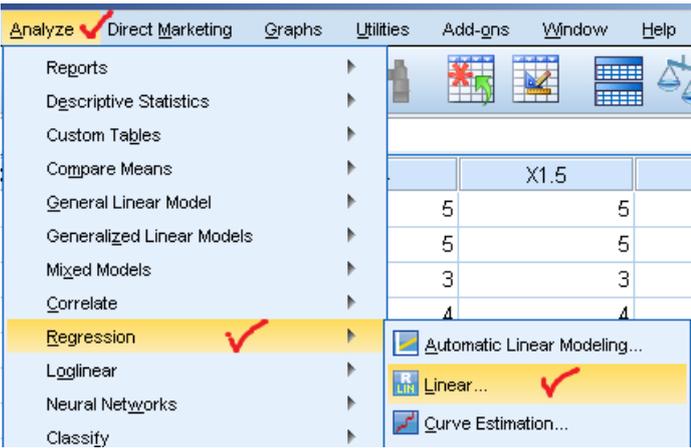
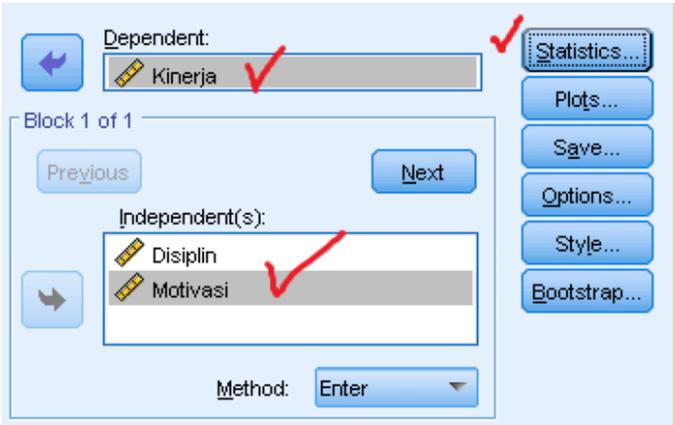
ANOVA Table

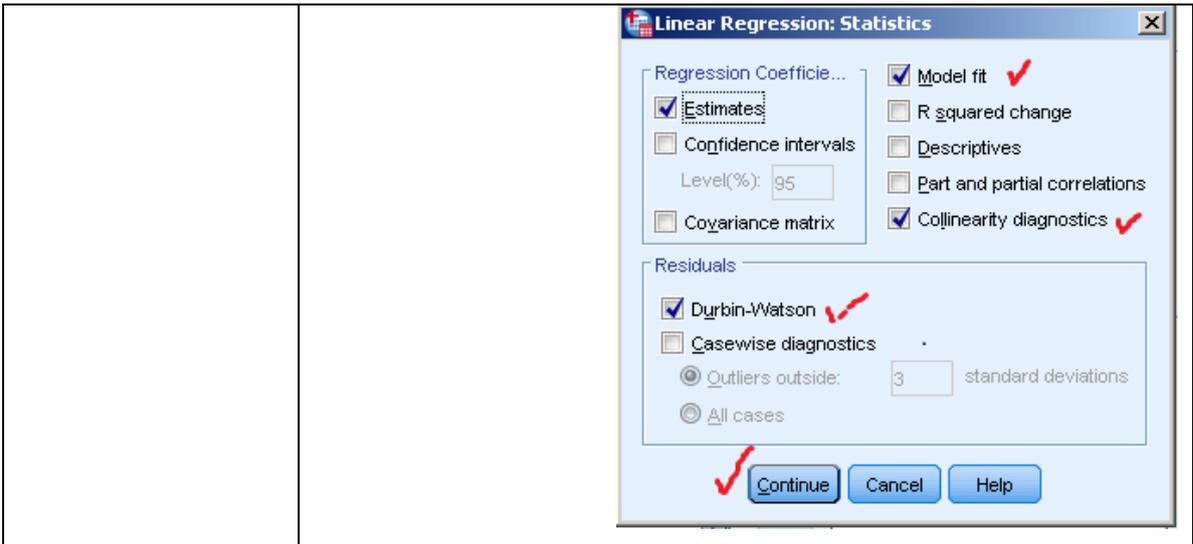
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja * Disiplin	Between Groups	(Combined) Linearity	2152.122	19	113.270	14.570	.000
		Deviation from Linearity	1787.010	1	1787.010	229.862	.000
			365.112	18	20.284	2.609	.002
Within Groups			559.748	72	7.774		
Total			2711.870	91			

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hubungan variabel kinerja dan disiplin bersifat linear. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05 ($0.002 < 0.05$).

Hasil analisis ini menegaskan jika data penelitian sangat layak digunakan untuk melakukan analisis regresi parametris.

10. Cara Uji Regresi (Uji t, Uji F, Uji Koefisien Determinasi)

<p>PERTAMA</p>	<p>Klik Menu Analyze > Regression > Linear</p> 
<p>KEDUA</p>	<p>Kemudian, pada kolom: Dependent : Masukkan variabel Y Independen : Masukkan semua variabel X</p>  <p>Kemudian Klik Statistics > Ceklis (Model Fit, Collinearity diagnostics, Durbin-Watson) > Continue > Ok</p>



KETIGA
Hasil dan
Pembahasan

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.903	2.192		-.868	.388		
Disiplin	.530	.053	.530	9.951	.000	.681	1.469
Motivasi	.537	.058	.498	9.341	.000	.681	1.469

a. Dependent Variable: Kinerja
Berdasarkan tabel di atas, dapat dikemukakan penjelasan sebagai berikut:

1. Nilai konstan sebesar -1.903, artinya jika kinerja pegawai tidak didukung oleh adanya disiplin dan motivasi kerja maka nilai kinerja pegawai akan mengalami penurunan sebesar -1.903
2. Pengaruh disiplin kerja terhadap kinerja
Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel disiplin kerja memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$), nilai t_{hitung} sebesar 9.951 lebih besar dari t_{tabel} 1.986 ($9.951 > 1.986$), dan nilai koefisien regresi sebesar 0.530. Artinya, hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara statistik variabel disiplin kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja dengan besaran pengaruh sebesar 0.530. Dapat disimpulkan,

secara matematis diperkirakan kinerja pegawai akan meningkat sebesar 0.530 jika variabel disiplin kerja meningkat sebesar 1 kali, dan seterusnya.

3. Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$), nilai t_{hitung} sebesar 9.341 lebih besar dari t_{tabel} 1.986 ($9.341 > 1.986$), dan nilai koefisien regresi sebesar 0.498. Artinya, hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara statistik variabel motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap kinerja dengan besaran pengaruh sebesar 0.498. Dapat disimpulkan, secara matematis diperkirakan kinerja pegawai akan meningkat sebesar 0.498 jika variabel motivasi kerja meningkat sebesar 1 kali, dan seterusnya.

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2244.859	2	1122.430	213.906	.000 ^b
Residual	467.010	89	5.247		
Total	2711.870	91			

a. Dependent Variable: Kinerja

b. Predictors: (Constant), Motivasi, Disiplin

Berdasarkan hasil olah data di atas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 213.906 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3.10 ($213.906 > 3.10$) dan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. Artinya, secara statistik hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel disiplin dan motivasi kerja secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja. Dapat disimpulkan, secara matematis diduga kuat variabel motivasi dan disiplin dapat menyebabkan kinerja pegawai naik/ turun. Oleh karena itu, penting bagi pihak perusahaan untuk membuat aturan disiplin agar tercipta ketertiban dan kepatuhan di dalam bekerja, serta memberikan dukungan agar semangat kerja pegawai meningkat sehingga tercipta produktivitas dan kinerja yang tinggi.

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.910 ^a	.828	.824	2.291	1.851

a. Predictors: (Constant), Motivasi, Disiplin

b. Dependent Variable: Kinerja

Berdasarkan hasil olah data di atas diketahui, bahwa nilai kontribusi (koefisien determinasi) variabel motivasi dan disiplin kerja terhadap kinerja sebesar 0.824. Artinya, secara statistik temuan ini membuktikan bahwa variabel motivasi dan disiplin kerja mampu menjelaskan variabel kinerja sebesar 82,4%. Dengan kata lain, secara matematis motivasi dan disiplin kerja memiliki peluang meningkatkan kinerja pegawai sebesar 82,4%. Tentu angka peluang tersebut sangat besar, dan dapat dijadikan dasar keyakinan para manajer untuk benar-benar memperhatikan disiplin dan motivasi kerja, sehingga para pegawai benar-benar mengerahkan seluruh kinerjanya guna mencapai tujuan organisasi.

PANDUAN MEMBUAT KUESIONER ONLINE DENGAN GOOGLE FORM



Sumber: <https://idcloudhost.com/>

Gambar 6. Panduan Membuat Kuesioner Online

Jika ditanya, apa kendala terbesar dalam riset? Maka jawabannya adalah mendapatkan data. Tidak heran, jika riset menghabiskan biaya, tenaga, emosi, dan waktu. Namun, era digital telah menghadirkan banyak kemudahan, salah satunya membuat kuesioner secara online. Hal ini dapat dikatakan sebagai revolusi dalam riset, kenapa demikian? Para peneliti dimanjakan dengan kemudahan memperoleh data dan sekaligus memangkas waktu, tenaga, dan biaya. Oleh karenanya, dalam beberapa tahun terakhir ini metode pengumpulan data secara online telah menjadi pilihan dalam penelitian, khususnya bagi peneliti pemula (seperti mahasiswa).

Google form, merupakan salah satu media online yang paling populer dalam membuat kuesioner daring. Popularitasnya tinggi lantaran tidak ada biaya, mudah dioperasikan, memiliki banyak fungsi, dan dapat diakses secara luas. Oleh karenanya, sudah saatnya para mahasiswa tingkat akhir memanfaatkan kemudahan ini, dengan mempelajarinya maka akan memberikan kemudahan mendapatkan data dan penulisan skripsi cepat terselesaikan. Berikut di bawah ini langkah-langkah membuat kuesioner dengan google form.

PERTAMA

Buka situs google form dan Login menggunakan akun gmail

<https://docs.google.com/forms/>

KEDUA

1. Isikan judul dengan “KUESIONER PENELITIAN”
2. Pada kolom deskripsi, isikan permohonan kesediaan mengisi kuesioner



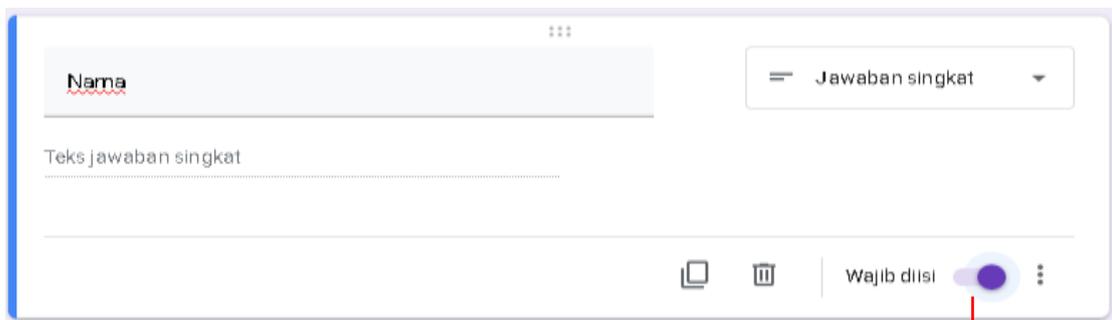
Klik untuk menambah tulisan

KETIGA

Klik tombol  (Sebelah Kanan) untuk menambah tulisan/ keterangan lain



Contoh



Hidupkan tombol ini jika wajib diisi

The screenshot shows a list of form widgets on the left and their visual examples on the right:

- Jawaban singkat**: Example: "Seperti nama, usia, jenis kelamin"
- Paragraf**: Example: "Seperti pendapat atau argumen"
- Pilihan ganda**: Example: A radio button group titled "Jenis Kelamin" with options "Perempuan" and "Laki-laki".
- Kotak Centang**: Example: A checkbox group titled "Jenis Kelamin" with options "Perempuan" and "Laki-laki".
- Drop-down**: Example: A dropdown menu titled "Jenis Kelamin" with options "Perempuan" and "Laki-laki".
- Upload file**: Example: "Mengunggah dokumen"
- Skala linier**: Example: A Likert scale titled "Saya cinta dengan lembaga ini" with a 5-point scale from "Tidak Cinta" to "Cinta".
- Kisi pilihan ganda**: (No example shown)
- Petak kotak centang**: (No example shown)
- Tanggal**: (No example shown)
- Waktu**: (No example shown)

KEEMPAT

Klik "**Kirim**" (pojok kanan atas) untuk membagikan link kuesioner



KELIMA

Membagikan tautan

Kirim formulir

Kumpulkan alamat email

Kirim melalui



Tautan

<https://forms.gle/Eo9qKQFJRUBvoUSGA>

Perpendek URL



Batal

Salin

PANDUAN DOWNLOAD DATA KEUANGAN



Sumber: <https://www.freepik.com/>

Gambar . Panduan Unduh Data Keuangan

Bagi mahasiswa yang mengambil konsentrasi keuangan, studi pembangunan, akuntansi, dan sebagainya. Menggunakan data sekunder adalah cara utama di dalam mendapatkan data penelitian. Namun, banyak di antara mahasiswa yang tidak mengetahui, bagaimana mendapatkan data? Kemana mencari data? Apakah ada cara mendapatkan data secara Online? dan masih banyak pertanyaan lainnya. Pada bagian ini, akan dihadirkan petunjuk teknis bagaimana mendapatkan data sekunder bagi riset keuangan dan sejenisnya.

1. Unduh Data Laporan Keuangan di IDX atau BEI

PERTAMA : Buka link idx

<https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/>

KEDUA : Isi dan pilih keterangan yang diinginkan
(Misalnya: nama perusahaan dan jenis data)

KETIGA : Klik tombol “ Cari ” dan unduh data jenis “ pdf ”

27 January 2020 13:57:11

Company Code	: BMRI
Company Name	: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk
Year	: 2019
Period	: Audit
Report	: <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> FinancialStatement-2019-Tahunan-BMRI.xlsx <input type="checkbox"/> inlineXBRL.zip <input type="checkbox"/> FinancialStatement-2019-Tahunan-BMRI.pdf <input type="checkbox"/> instance.zip <input type="checkbox"/> Bank Mandiri Tbk_Ind_31 Desember 2019_Released.pdf ✓

2. Unduh Data Saham Perusahaan di IDX atau BEI

PERTAMA : Buka link idx

<https://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/>

EDUA : Isi dan pilih keterangan yang diinginkan > klik tombol “ **Cari** “
(Misalnya: nama perusahaan dan sektor)

Daftar Saham

Kode>Nama Perusahaan: → **Tulis nama perusahaan**

Sektor: → **Bisa dikosongkan**

Papan: → **Bisa dikosongkan**

✓

Show 10 entries

No	Kode>Nama Perusahaan	Nama	Tanggal Pencatatan	Saham	Papan Pencatatan
1	BMRI	Bank Mandiri (Persero) Tbk.	14 Jul 2003	✓ 46.199.399.938	Utama

KETIGA : Lihat data saham pada kolom saham →

3. Unduh Data Saham IHSG

PERTAMA : Buka link idx

<https://www.idx.co.id/data-pasar/laporan-statistik/statistik/>

KEDUA : Pilih jenis data IHSG yang dibutuhkan

(Bisa data Harian, Mingguan, Bulanan, Triwulan, Tahunan)

INDONESIA STOCK EXCHANGE
EQUITY DAILY TRADING PUBLICATION

Friday, 19 June 2020
Trading Day 174

STOCK TRADING SNAPSHOT

JAKARTA COMPOSITE INDEX TODAY

Jakarta Composite Index

▲ 4,942.275

+17.027 (+0.346%)

Previous: 4,925,248
Highest: 4,970,017
Lowest: 4,927,375

TODAY TRADE (ALL BOARD)

Volume (Ml. Shares)	6,769	▼ Average PER	12.2
Value (Btl. Rp)	7,251	▼ WA PER	19.9
Frequency (Times)	543,671	▼ Average PBV	1.8
		▼ WA PBV	1.8
		▼ USD/IDR (B)	14,242
		▲ WTI Oil (B/B0)	36.94

YTD 2020 DAILY AVERAGE TRADE (ALL BOARD)

Volume Daily Average (Ml. Shares)	7,626	▼
Previous	7,634	

Value Daily Average (Btl. Rp)	7,724	▼
Previous	7,728	

Freq. Daily Average (Times)	512,591	▲
Previous	512,316	

Market Capitalization (Trll. Rp)	5,717	▲
Previous	5,688	

4. Unduh Data Saham Indeks

PERTAMA : Buka link idx

<https://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/indeks-saham/>

KEDUA : Pilih jenis indeks saham dan klik “ Cari ”

Indeks Saham

Kode Indeks **Pilih jenis indeks saham**

Tahun **Pilih tahun**

Show entries

Tahun	Perihal	Jenis	Ukuran	Unduh
2020	Mei 2020 - Juli 2020 (Evaluasi Minor)	LQ45	634 KB	<input type="button" value="Unduh"/>
2020	Februari 2020 - Juli 2020 (Evaluasi Mayor)	LQ45	873 KB	<input type="button" value="Unduh"/>

KETIGA : Unduh data saham pada kolom “Unduh”

5. Unduh Data Saham di Yahoo Finance

PERTAMA : Buka situs Yahoo Finance

<https://finance.yahoo.com/quote/%5EJKSE/history/>

KEDUA : Tulis nama perusahaan dan pilih jenis data yang diinginkan

Jakarta Composite Index (^JKSE)

4,942.27 +17.03 (+0.35%)

Pilih tampilan data

Time Period: Show: Frequency:

Unduh data

Date	Open	High	Low	Close*	Adj. Close**	Volume
Jan 19, 2020	4,926.26	4,970.07	4,926.26	4,942.27	4,942.27	67,566,700
Jan 18, 2020	4,987.79	4,993.61	4,926.26	4,926.26	4,926.26	70,877,500
Jan 17, 2020	4,998.46	5,018.99	4,968.93	4,907.79	4,987.79	68,366,700

Pilih periode data **Pilih data harian, mingguan, bulanan**

6. Unduh Data Kurs

PERTAMA : Buka situs Bi

<https://www.bi.go.id/id/moneter/informasi-kurs/transaksi-bi/Default.aspx>

KEDUA : Pilih jenis mata uang dan periode

KURS TRANSAKSI BANK INDONESIA

Update Terakhir 19 Juni 2020

FILTER MATA UANG ✓

Kode Singkatan

Akses Data Time Series

Dari ✓

Sampai ✓

✓

Akses Data per Tanggal

Tanggal

KURS TRANSAKSI BANK INDONESIA

KURS TRANSAKSI BANK INDONESIA
MATA UANG USD
[Grafik Time Series](#) → **Klik untuk data grafik**

Nilai	Kurs Jual	Kurs Beli	Tanggal
1.00	14,313.21	14,170.79	19 Jun 2020
1.00	14,256.93	14,115.07	18 Jun 2020
1.00	14,305.17	14,162.83	17 Jun 2020
1.00	14,225.78	14,084.23	16 Jun 2020
1.00	14,299.14	14,156.86	15 Jun 2020
1.00	14,328.29	14,185.72	12 Jun 2020
1.00	14,084.07	13,943.93	11 Jun 2020
1.00	14,153.42	14,012.59	10 Jun 2020
1.00	14,042.87	13,903.14	9 Jun 2020

7. Unduh Data Inflasi

PERTAMA : Buka situs Bi

<https://www.bi.go.id/id/moneter/inflasi/data/Default.aspx>

KEDUA : Atur tanggal untuk mendapatkan data

Inflasi

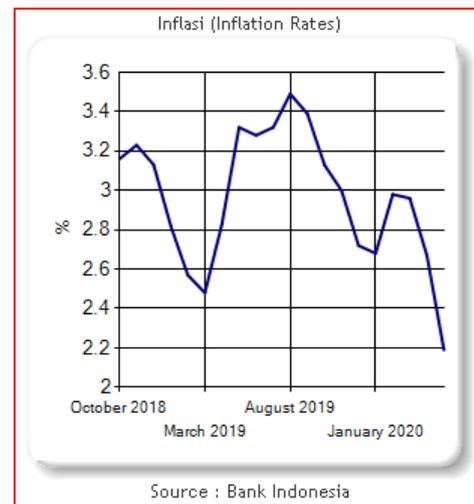
LAPORAN INFLASI (Indeks Harga Konsumen)
 Berdasarkan perhitungan inflasi tahunan

Grafik Time Series → Klik untuk data grafik

FILTER DATA

✓ s.d. ✓ ✓

Bulan Tahun	Tingkat Inflasi
Mei 2020	2.19 %
April 2020	2.67 %
Maret 2020	2.96 %
Februari 2020	2.98 %
Januari 2020	2.68 %
Desember 2019	2.72 %
Nopember 2019	3.00 %
Oktober 2019	3.13 %
September 2019	3.39 %
Agustus 2019	3.49 %
Juli 2019	3.32 %
Juni 2019	3.28 %
Mei 2019	3.32 %



8. Unduh Data Suku Bunga Acuan (BI Rate)

PERTAMA : Buka situs BPS

<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1061>

KEDUA : Unduh data

Variabel	2020								
	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April
BI Rate	5,50	5,25	5,00	5,00	5,00	5,00	4,75	4,50	4,50

9. Unduh Data Indeks Harga Konsumsi

PERTAMA : Buka situs BPS

<https://www.bps.go.id/statictable/2009/06/15/907/indeks-harga-konsumen-dan-inflasi-bulanan-indonesia-2006-2020.html>

KEDUA : Unduh data

Update Terakhir : 03 Jun 2020 Cetak Unduh Tabel (0.07 MB)

Indeks Harga Konsumen dan Inflasi Bulanan Indonesia, 2006, 2007, Jan-Mei 2008 (2002=100), Juni 2008 - Desember 2013 (2007 = 100), Januari 2014 - Desember 2018 (2012=100), Januari - Desember 2019 (2012=100) dan Januari - April 2020 (2018=100)

Bulan	2020 ¹⁾	
	IHK	Inflasi
Januari	104,33	0,39
Februari	104,62	0,28
Maret	104,72	0,10
April	104,80	0,08
Mei	104,87	0,07
Juni		
Juli		
Agustus		
September		
Oktober		
November		
Desember		
Tingkat Inflasi		0,90

↑
Unduh data

10. Unduh Data PDB (Pertumbuhan Ekonomi Indonesia)

PERTAMA : Buka situs Wikipedia

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_real_GDP_growth_rate

41	 Papua New Guinea	▲ 5.0
42	 Indonesia	▲ 5.0
43	 Hungary	▲ 4.9
44	 Uganda	▲ 4.9
45	 Madagascar	▲ 4.8
46	 Laos	▲ 4.7
47	 Guyana	▲ 4.7
48	 Guinea-Bissau	▲ 4.6
49	 Kazakhstan	▲ 4.5

KEDUA : Buka situs World Bank

<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=ID>



KETIGA : Buka situs BPS

<https://www.bps.go.id/subject/11/produk-domestik-bruto--lapangan-usaha-.html#subjekViewTab3>

Pilih menu “ **Statistik Dasar** atau **Statistik Sektoral** “ untuk download data

Konsep Metodologi **Statistik Dasar** Statistik Sektoral Pranala Luar Tabel Dinamis

Menampilkan 34 Judul Tabel Cari :

No ▲	Judul Tabel	Update Terakhir
1	[Seri 2010] Distribusi PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2014-2020	05 May 2020
2	[Seri 2010] Indeks Implisit PDB (Persen), 2016-2020	05 May 2020
3	[Seri 2010] Laju Implisit PDB Q to Q, 2017 - 2020	05 May 2020
4	[Seri 2010] Laju Implisit PDB Y on Y, 2017 - 2020	05 May 2020
5	[Seri 2010] Laju Pertumbuhan Kumulatif Produk Domestik Bruto Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2017 - 2020	05 May 2020
6	[Seri 2010] Laju Pertumbuhan Q to Q Produk Domestik Bruto Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2017 - 2020	05 May 2020
7	[Seri 2010] Laju Pertumbuhan Y on Y Produk Domestik Bruto Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2017 - 2020	05 May 2020
8	[Seri 2010] PDB Triwulanan Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Miliar Rupiah), 2014-2020	05 May 2020

Konsep Metodologi Statistik Dasar **Statistik Sektoral** Pranala Luar Tabel Dinamis

Menampilkan 3 Judul Tabel Cari :

No ▲	Judul Tabel	Update Terakhir
1	Laju Pertumbuhan PDB per Kapita Beberapa Negara Menurut Harga Konstan (persen), 2000-2015	09 Mar 2017
2	Laju Pertumbuhan Produk Domestik Bruto Beberapa Negara di Beberapa Negara Menurut Harga Konstan, 2000-2015	08 Mar 2017
3	Peringkat Indonesia Dibandingkan Negara Lain	30 Jan 2014

Keterangan
 : Tabel Diskontinu

KEEMPAT : Buka situs Indonesia Investments

<https://www.indonesia-investments.com/id/keuangan/angka-ekonomi-makro/produk-domestik-bruto-indonesia/item253>

skrol ke bawah maka akan melihat data PDB Indonesia

Bab-Bab Dalam Sejarah Ekonomi Indonesia:

Tahun	Rata-Rata Pertumbuhan PDB (%)	Periode
1967 – 1997	6.85	Orde Baru Suharto
1998 – 1999	-6.65	Krisis Finansial Asia
2000 – 2004	4.60	Pemulihan
2005 – 2011	5.80	2000s Boom Komoditas
2011 – 2015	5.58	Pertumbuhan Ekonomi yang Melambat
2015 – 2019	5.03	Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi yang sederhana
2020 –		Krisis COVID-19

Statistik Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia:

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
PDB (dalam milyar USD)	890.8	860.9	931.9	1,015.0	1,042.2		
PDB (perubahan % tahunan)	5.01	4.88	5.03	5.07	5.17	5.02	
PDB per Kapita (dalam USD)	3,532	3,370	3,602	3,877	3,932		

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
PDB (dalam milyar USD)	432.2	510.2	539.6	755.1	893.0	917.9	912.5
PDB (perubahan % tahunan)	6.35	6.01	4.63	6.22	6.17	6.03	5.56
PDB per Kapita (dalam USD)	1,861	2,168	2,261	3,122	3,688	3,741	3,668

11. Unduh Neraca Perdagangan Indonesia (Ekspor - Impor)

PERTAMA: Buka situs Kementerian Perdagangan

<https://statistik.kemendag.go.id/indonesia-trade-balance>

NERACA PERDAGANGAN INDONESIA TOTAL
Periode: 2015 - 2020

Jan Chart ✓

(Nilai : Juta US\$)

↑
Unduh Data

Uraian	2015	2016	2017	2018	2019	Trend(%) 15-19	Jan-Apr		Perub.(%) 20/19
							2019	2020	
TOTAL PERDAGANGAN	293,061.1	280,839.0	325,813.7	368,724.0	338,224.4	5.75	109,787.0	105,628.2	-3.79
MIGAS	43,187.5	31,844.7	40,060.3	47,040.1	34,389.2	-0.65	11,224.0	9,034.1	-19.51
NON MIGAS	249,873.5	248,994.3	285,753.4	321,683.9	303,835.2	6.69	98,563.1	96,594.2	-2.00
EKSPOR	150,366.3	145,186.2	168,828.2	180,812.7	167,497.0	-4.40	53,719.3	53,924.0	0.38
MIGAS	18,574.4	13,105.5	15,744.3	17,171.7	12,504.7	-5.08	4,227.4	2,838.5	-32.85
NON MIGAS	131,791.9	132,080.8	153,083.9	162,840.9	154,992.2	5.48	49,491.9	51,085.5	3.22
IMPOR	142,694.8	135,652.8	156,985.6	188,711.4	170,727.4	7.13	56,067.7	51,704.2	-7.78
MIGAS	24,613.2	18,739.2	24,316.0	29,868.4	21,884.4	2.34	6,996.6	6,195.6	-11.45

KEDUA : Buka situs BPS

<https://www.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=&Publikasi%5BkataKunci%5D=Statistik+Perdagangan+Luar+Negeri&Publikasi%5BcekJudul%5D=0&yt0=Tampilkan>

Cari data berdasarkan tahun atau menuliskan kata kunci

PUBLIKASI

Tahun : ✓

Kata Kunci : Cari berdasarkan judul saja ✓

Buletin Statistik Perdagangan Luar Negeri Impor Maret 2020

Nomor Katalog : 8202006
 Nomor Publikasi : 06120.2008
 ISSN / ISBN : 0126-3668

Tanggal Rilis : 2020-06-05
 Ukuran File : 14.02 MB

12. Unduh Data Hutang Negara

PERTAMA : Buka situs Bank Indonesia

<https://www.bi.go.id/id/statistik/suspi/Default.aspx>

Statistik Utang Sektor Publik Indonesia

Informasi selengkapnya mengenai Statistik Utang Sektor Publik dapat diakses melalui metadata berikut

Tanggal	Judul	Hits
31-03-2020	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan IV-2019	914
31-12-2019	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan III-2019	842
01-10-2019	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan II-2019	924
28-06-2019	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan I-2019	1244
29-03-2019	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan IV-2018	1835
31-12-2018	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan III-2018	1698
31-12-2018	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia 2017	1209
28-09-2018	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan II-2018	1508
29-06-2018	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan I-2018	2061
29-03-2018	Statistik Utang Sektor Publik Indonesia Triwulan IV-2017	1861

KEDUA : Buka situs Tradingeconomics

<https://id.tradingeconomics.com/country-list/external-debt?continent=asia>

UTANG LUAR NEGERI - DAFTAR NEGARA - ASIA

Dunia Eropa Amerika **Asia** Afrika Australia G20

Negara	Terakhir	Sebelum Ini	Referensi	Satuan
Armenia	12198	11666	2019-12	Usd - Juta
Azerbaijan	16212184	15253903	2018-12	Usd Ribu
Bangladesh	37.8	35.51	2019-12	Usd - Miliar
Bhutan	2728	2642	2019-12	Usd - Juta
Tiongkok	20573	19652	2019-12	USD-HML
Georgia	18631	17792	2019-12	Usd - Juta
Hong Kong	13032435	12914315	2019-12	Hkd - Juta
India	563900	557500	2019-12	Usd - Juta
Indonesia	389252	404282	2020-03	Usd - Juta
Iran	10910	8481	2017-12	Usd - Juta
Israel	104732	103427	2020-03	Usd - Juta
Jepang	512403	460580	2020-03	Jpy - Milyar
Yordania	12338	12088	2019-12	Jod - Juta

Unduh data yang lain

- Produksi minyak mentah
- Transaksi Berjalan
- Transaksi Berjalan Dibandingkan Dengan PDB
- Ekspor
- Utang Luar Negeri
- Penanaman Modal Asing
- Cadangan Emas
- Impor
- Remitansi
- Aturan Perdagangan
- Indeks Pariwisata
- Pendapatan Pariwisata
- Kedatangan Wisatawan

- + Pasar
- + PDB
- + Buruh
- + Harga
- + Uang

13. Unduh Data Perbankan OJK

PERTAMA : Buka situs OJK

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx>

Skrol ke bawah

Judul

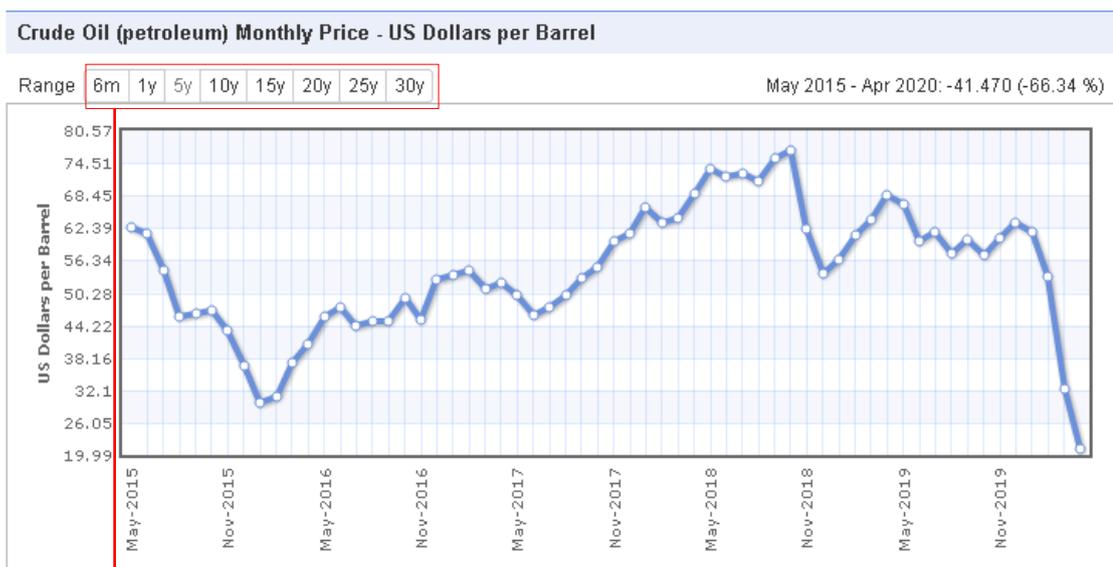
- [Statistik Perbankan Indonesia - Maret 2020](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - Februari 2020](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - Januari 2020](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - Desember 2019](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - November 2019](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - Oktober 2019](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - September 2019](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - Agustus 2019](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - Juli 2019](#)
- [Statistik Perbankan Indonesia - Juni 2019](#)

First
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
...
Lest

14. Unduh Data Harga Minyak Menta Dunia

PERTAMA : Buka situs Indexamundi

<https://www.indexamundi.com/commodities/?commodity=crude-oil&months=60>



Pilih data per 6 bulan, 1 tahun, 5 tahun, 10 tahun, dst...

Unduh data di bawah

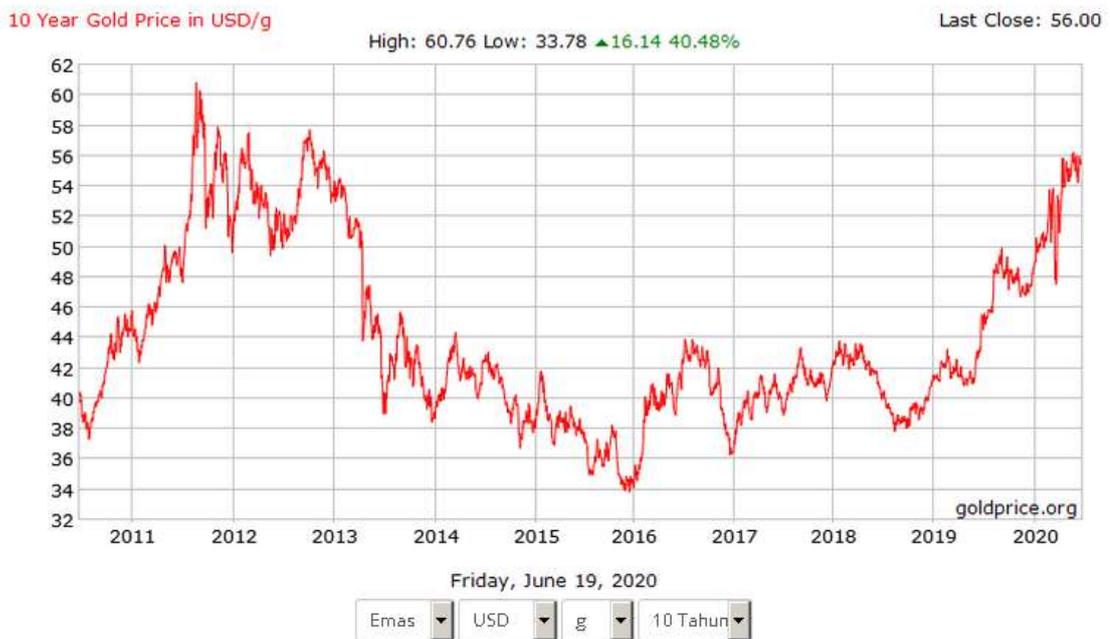
Month	Price	Change
Nov 2019	60.40	-
Dec 2019	63.35	4.88 %
Jan 2020	61.63	-2.72 %
Feb 2020	53.35	-13.44 %
Mar 2020	32.20	-39.64 %
Apr 2020	21.04	-34.66 %

Unduh data  [Export table to Excel](#)

15. Unduh Data Harga Emas Dunia

PERTAMA : Buka situs goldprice

<https://goldprice.org/id/spot-gold.html>



Kinerja Harga Emas USD		
Change	Amount	%
Today	+1.67	+0.10%
30 Days	+14.17	+0.82%
6 Months	+267.11	+18.11%
1 Year	+397.21	+29.54%
5 Years	+558.11	+47.15%
20 Years	+1455.61	+508.60%

goldprice.org - 17:15 NY Time

Emas %

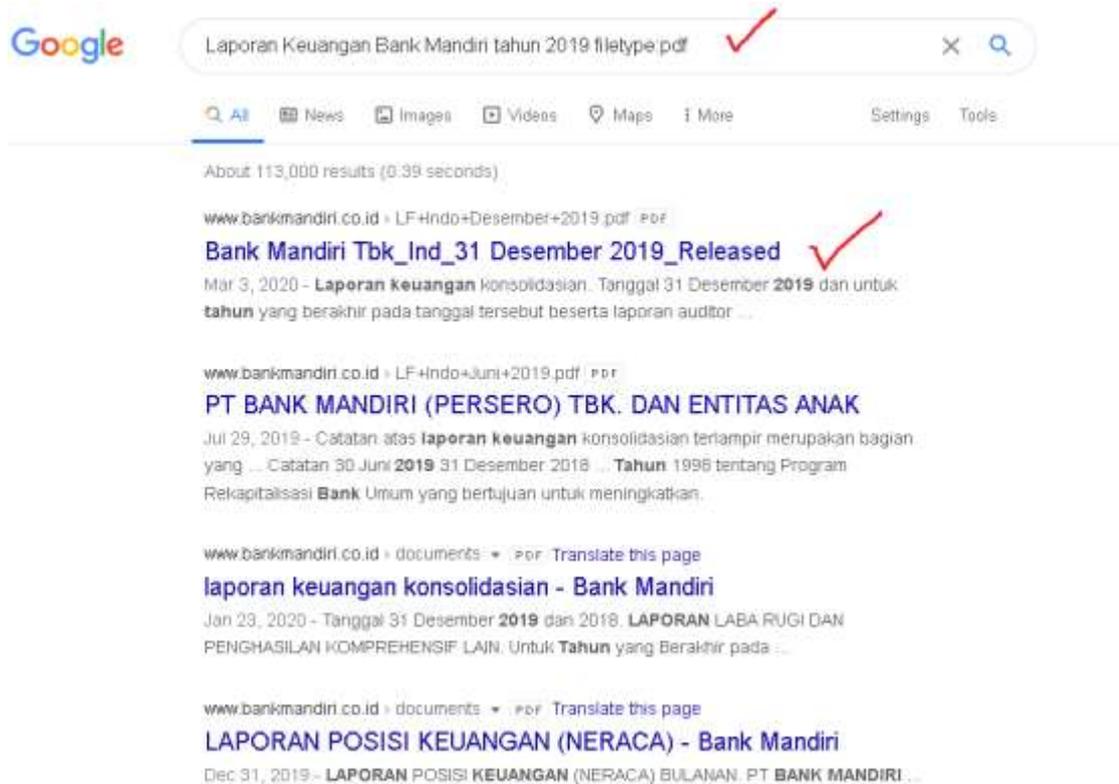
16. Unduh Data Laporan Keuangan di Google

PERTAMA : Buka situs Google

KEDUA : Mencari data dengan menuliskan ekstensi “ **filetype:pdf** ”

Contoh:

Laporan Keuangan Bank Mandiri tahun 2019 filetype:pdf



17. Unduh Data Laporan Keuangan Pemerintah Pusat

PERTAMA : Buka situs Kementerian Keuangan

<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/laporan/laporan-keuangan-pemerintah-pusat/>

KEDUA : Klik “ **Lihat** ” untuk download data

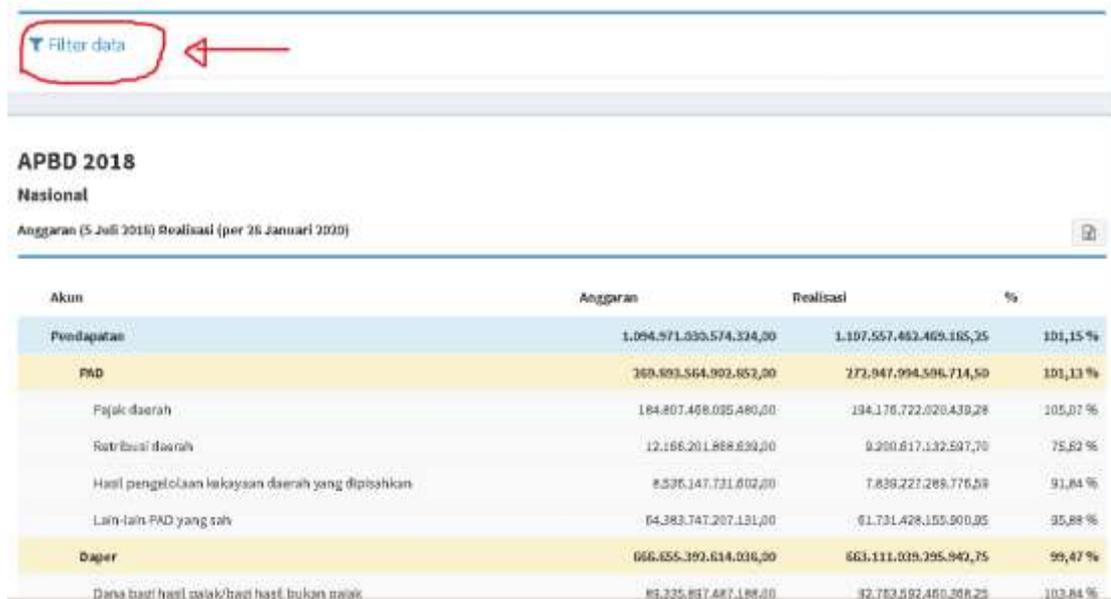


Laporan Keuangan Pemerintah Pusat (LKPP)	
LKPP 2018	Lihat ✓
LKPP 2017	Lihat ✓
LKPP 2016	Lihat ✓
LKPP 2015	Lihat
LKPP 2014	Lihat
LKPP 2013	Lihat
LKPP 2012	Lihat
LKPP 2011	Lihat
LKPP 2010	Lihat
LKPP 2009	Lihat
LKPP 2008	Lihat
LKPP 2007	Lihat
LKPP 2006	Lihat
LKPP 2005	Lihat

18. Unduh Data Laporan Keuangan Pemerintah Daerah

PERTAMA : Buka situs Kementerian Keuangan

<http://www.djpk.kemenkeu.go.id/portal/data/apbd>

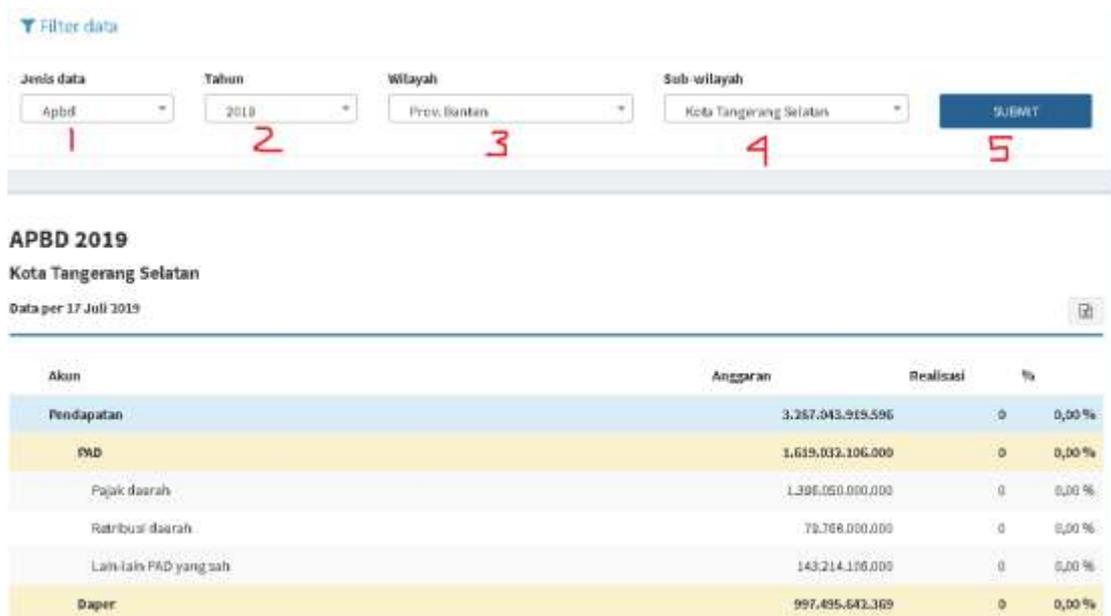


APBD 2018
Nasional
 Anggaran (5 Juli 2016) Realisasi (per 26 Januari 2020)

Akun	Anggaran	Realisasi	%
Pendapatan	1.094.571.930.574,334,00	1.107.557.462.469.185,35	101,15 %
PAD	369.893.564.902.652,00	272.947.994.596.714,50	101,13 %
Pajak daerah	184.807.468.035.480,00	194.176.722.020.439,28	105,07 %
Retribusi daerah	12.166.201.868.639,00	9.200.617.132.597,70	75,62 %
Hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan	8.536.147.731.602,00	7.839.227.289.776,59	91,84 %
Lain-lain PAD yang sah	64.383.747.207.131,00	61.731.428.155.900,05	95,89 %
Daper	666.655.392.614.036,00	663.111.039.295.940,75	99,47 %
Dana baat hasil walak/baat hasil bukan walak	89.235.817.487.188,00	92.783.592.460.398,25	103,84 %

KEDUA : Klik Menu “ Filter Data ”di atas kanan, kemudian

Isikan keterangan data yang diinginkan > Submit



APBD 2019
Kota Tangerang Selatan
 Data per 17 Juli 2019

Akun	Anggaran	Realisasi	%
Pendapatan	3.267.043.919.596	0	0,00 %
PAD	1.619.032.106.000	0	0,00 %
Pajak daerah	1.396.050.000.000	0	0,00 %
Retribusi daerah	79.768.000.000	0	0,00 %
Lain-lain PAD yang sah	143.214.106.000	0	0,00 %
Daper	997.495.642.369	0	0,00 %

19. Unduh Data Opini Audit BPK Pemerintah Pusat

PERTAMA : Buka situs BPK

https://www.bpk.go.id/laporan_hasil_pemeriksaan#

LHP Atas LKPP
LHP SDGs
LHP Lainnya

LHP LAPORAN KEUANGAN PEMERINTAH PUSAT (LKPP)

LHP LKPP TAHUN 2018



	Ringkasan Eksekutif	→ Unduh data
	Laporan Keuangan	
	Sistem Pengendalian Internal	
	Laporan Hasil Pemeriksaan Kepatuhan	
	Pelaksanaan Transparansi Fiskal	

LHP LKPP TAHUN 2017

	Ringkasan Eksekutif
	Laporan Keuangan

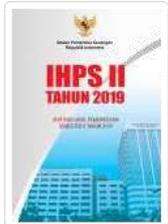
20. Unduh Data Opini Audit BPK Pemerintah Daerah

PERTAMA : Buka situs BPK

<https://www.bpk.go.id/ihps#>

2019

Semester II Tahun 2019



Unduh data

Iktisrar Hasil Pemeriksaan Semester II Tahun 2019

Semester I Tahun 2019



Unduh data

Iktisrar Hasil Pemeriksaan Semester I Tahun 2019

2018

Semester II Tahun 2018



Semester I Tahun 2018



DAFTAR PUSTAKA

- Abyad, S. N. (2013). Pengaruh Pengawasan terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Bappeda Kabupaten Kutai Kartanegara. *PREDIKSI*, 2(1), 11-22.
- Afandi, P. (2016). Concept & Indicator Human Resources Management for Management Research. Yogyakarta: Deepublish.
- Arifin, R., & Hufron, M. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Pengalaman Belanja Online, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Belanja Konsumen Di Situs Jual Beli Online Lazada (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISMA Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen JL. MT. Haryono 193 Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(3).
- Arikunto, S. (2003). *Prosedur Penelitian, Suatu Praktek*. Jakarta: Bina. Aksara
- Asmadi, Ns. (2008). *Konsep Dasar Keperawatan*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Babin, B. (2015). Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea. *The Journal Of Service Marketing*. 19(3). 133 – 139.
- Baroroh, A. (2008). *Trik-trik Analisis Statistik SPSS 15+CD*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Beehr, T. A., & Newman, J. E. (1978). Job stress, employee health, and organizational effectiveness: A facet analysis, model, and literature review 1. *Personnel psychology*, 31(4), 665-699.
- Brink, P. J., & Wood, M. J. (2000). *Langkah Dasar Dalam Perencanaan Riset Keperawatan*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Budiasih, Y. (2012). Struktur organisasi, desain kerja, budaya organisasi dan pengaruhnya terhadap produktivitas karyawan studi kasus pada PT. XX di Jakarta. *Liquidity*, 1(2), 99-1.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Busro, M. (2018). *Teori-teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada Media.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Metode Riset Bisnis (Buku 1)*. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Darmalaksana, W. (2020). *Cara Menulis Proposal Penelitian*. Bandung: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati.
- Fattah, H. (2017). *KEPUASAN KERJA DAN KINERJA PEGAWAI: Budaya Organisasi, Perilaku Pemimpin, dan Efikasi Diri*. Yogyakarta: Elmatara.
- Fauzi, A., & Nugroho A. R. H. (2020). *Manajemen Kinerja*. Surabaya: Airlangga University Press.

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyal, Nishi. (2010). Industrial Psychology. Meerut: Krishna Prakashan Media.
- Griffin, J. (2005). Consumer Loyalty. Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga.
- Hamirul, H., Masnun, A., & Elsyra, N. (2018). Profesionalisme Aparatur Sipil Negara dalam rangka mengatasi Patologi Pelayanan Publik. *Jurnal Marketing*, 2(2), 133-148.
- Harras, H., Sugiarti, E., & Wahyudi. (2020). Kajian Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Mahasiswa. Tangerang Selatan: UNPAM Press.
- Hasan, A. (2008). Marketing. Yogyakarta: MedPress.
- Hasibuan, M. S. P. (1995). Manajemen Sumber Daya Manusia: Dasar dan Kunci Keberhasilan. Jakarta: Haji Masagung.
- _____. (2011). Manajemen sumber daya manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method). Kuningan: Hidayatul Quran.
- Hutahayan, B., Astuti, E. S., Raharjo, K., & Hamid, D. (2019). Praktik Kepemimpinan Transformasional Di BUMN (Kajian Empiris Karyawan PT Barata Indonesia (Persero). Yogyakarta: Deepublish.
- Kaihatu, K. S., Daengs, A., & Indrianto, A. T. L. (2015). Manajemen Komplain. Yogyakarta: Andi.
- Kanto, M., & Rapanna, P. (2017). Filsafat Manajemen. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Karauwan, R., & Mintardjo, C. (2015). Pengaruh Etos Kerja, Budaya Organisasi, dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Dinas Pekerjaan Umum Minahasa Selatan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Keller, K. L. (2003). Building Measuring and Managing Brand Equity, (2th ed). Canada: Prentice Hall.
- Kondoi, R. F., & Nelwan, O. (2015). Pengaruh Kepemimpinan, Budaya Organisasi Dan Orientasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Bank Sulut, Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas, Terjemahan bahasa Indonesia Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- _____, & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. England: Pearson Education Limited.

- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Kristanti, D., & Pangastuti, R. L. (2019). Kiat-Kiat Merangsang Kinerja Karyawan Bagian Produksi. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), 25-32.
- Kusumaputri, E. S. (2018). Komitmen pada Perubahan Organisasi (Perubahan Organisasi dalam Perspektif Islam dan Psikologi). Yogyakarta: Deepublish.
- Lawasi, E. S., & Triatmanto, B. (2017). PENGARUH KOMUNIKASI, MOTIVASI, DAN KERJASAMA TIM TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1).
- Levy, M., Weitz, B. A., & Watson, D. (2014). Retail Management (6 edition). New York: McGraw-Hill Education.
- Marchall, M., Mananeke, L., & Roring, F. (2015). Pengaruh Brand Equity, Store Atmosphere dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Fashionable pada 3 Second Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Marsigit, Mahmudi, A., Tuharto, Himmawati, P. L., & Karyati. (2008). Matematika. Jakarta: Yudhistira Ghalia Indonesia.
- Masrukhin, M. A. (2015). Praktik Sistem Kerja Berkinerja Tinggi terhadap Komitmen Afektif dengan Mediasi Keadilan Prosedural. *Jurnal dinamika manajemen*, 5(1).
- Moeljono, D. (2003). Budaya korporat dan keunggulan korporasi. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mohtar, I. (2019). Hubungan Antara Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Dengan Kinerja Guru Madrasah. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Muchson. (2017). Metode Riset Akuntansi. Tuban: Spasi Media.
- _____. (2017). Statistik Deskriptif. Tuban: Spasi Media.
- Mullins, J., Walker, O.C., Boyd, H.W. and Larreche, J. C. (2005). Marketing Management : A Strategic Decision – Making Approach. New York: McGraw-Hill Education.
- Mulyapradana, A., & Hatta, M. (2016). Pekerja Melek Hukum; Jadi Karyawan Kaya. Jakarta: VisiMedia.
- Muninjaya, A. A. G. (2003). Langkah-Langkah Praktis Penyusunan Proposal dan Publikasi Ilmiah. Jakarta: Buku Kedokteran EGC.
- Mustapa, Z., & Maryadi. (2018). KEPEMIMPINAN PELAYAN : Dimensi Baru Dalam Kepemimpinan. Makassar: Celebes Media Perkasa.

- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Nursalam. (2008). KONSEP & PENERAPAN METODOLOGI PENELITIAN ILMU KEPERAWATAN: Pedoman Skripsi, Tesis, dan Instrumen Penelitian Keperawatan Edisi 2. Jakarta: Salemba Medika.
- Pranitasari, D. (2019). Keterikatan Kerja Dosen Sebagai Kunci Keberhasilan Perguruan Tinggi. Yogyakarta: Deepublish.
- Pribadiyono & Hendarto, W. (2019). Kompetensi Kerja Perusahaan Perkapalan. Surabaya: Jakad Publishing.
- Purwoto, A. (2007). Panduan Lab Statistik Inferensial. Jakarta: Grasindo.
- Raharjani, J. (2005). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. 2(1):1-5.
- Rangkuti, F. (2003). Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy. Cetakan Kedua. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riduwan & Engkos. (2011). Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analysis. Bandung: Alfabeta.
- Rivai, V., & Sagala, E. J. (2009). Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan, Edisi Kedua. Jakarta: Rajawali Pers.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. Yogyakarta: Deepublish.
- Runtuwene, P. (2016). Pengaruh Penempatan Kerja, Mutasi dan Beban Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Sulutgo Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Safitri, I. N. (2013). Kepatuhan penderita diabetes mellitus tipe II ditinjau dari locus of control. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 1(2), 273-290.
- Saleh, C., Islamy, M. I., Zauhar, S., & Supriyono, B. (2013). Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Aparatur. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Santoso, I., & Fitriani, R. (2016). Green packaging, green product, green advertising, persepsi, dan minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 9(2), 147-158.
- Santoso, S. (2007). STRUCTURAL EQUATION MODELLING: Konsep dan Aplikasi dengan Amos. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarwono, J. (2017). Mengenal Prosedur-Prosedur Populer dalam SPSS 23. Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Setiawan, M. B. (2007). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(2).
- Shaleh, M., & Firman. (2018:50). Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai. Makassa: Aksara Timur.
- Shimp, T. A. (2002). Periklanan dan Promosi. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, B. (2005). Analisis Multivariat Pemasaran. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. (2004). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: STIE YPKN.
- Sinambela, L. P. (2012). Kinerja Pegawai Teori Pengukuran dan Implikasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soegoto, E. S. (2013). Marketing Research The Smart Way to Solve a Problem. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Solimun, Armanu, Fernandes, A. A. R. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif Perspektif Sistem: Mengungkap Novelty dan Memenuhi Validitas Penelitian. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sudaryo, Y., Aribowo, A., & Sofiati, N. A. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia: Kompensasi Tidak Langsung Dan Lingkungan Kerja Fisik. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). Statistik untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksono, H. (2015). Budaya Organisasi Dan Kinerja. Yogyakarta: Deepublish.
- Supardi. (2016). APLIKASI STATISTIKA DALAM PENELITIAN: Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif. Jakarta: Change Publication.
- Susanti, D. S., Sukmawaty, Y., & Salam, N. (2019). Analisis Regresi Dan Korelasi. Purwokerto: IRDH.
- Susanto, A. (2016). Manajemen Peningkatan Kinerja Guru Konsep, Strategi, dan Implementasinya. Jakarta: Prenada Media.
- Susanto, Y. (2017). Peran Kepemimpinan dalam Pengelolaan Koperasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Sutrisno, E. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana.
- _____. (2019). Budaya Organisasi. Jakarta: Prenada Media.
- Tjiptono, F. (2004). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2014). Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi.

- Tobari. (2015). *Membangun Budaya Organisasi Pada Instansi Pemerintahan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Umar, H. (2008). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Untari, D. T. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis*. Banyumas: Pena Persada.
- Wahana Komputer. (2009). *Solusi Mudah & Cepat Menguasai SPSS 17*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wahjosumidjo. (1991). *Kepemimpinan yang Efektif*. Yogyakarta: Balai Pustaka.
- Wahyudi, B. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Sulita.
- Waluya, B. (2007). *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: Setia Purna Inves
- West, R., & Turner, L. H. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wicaksono, M. P. A., & Seminari, N. K. (2016). Pengaruh iklan dan word of mouth terhadap brand awareness traveloka. *E-Jurnal Manajemen*, 5(8).
- Widiawati, N. (2020). *METODOLOGI PENELITIAN: Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Yullyanti, E. (2011). Analisis proses rekrutmen dan seleksi pada kinerja pegawai. *Bisnis & Birokrasi Journal*, 16(3).
- Yunus, U., Heriyati, P., Lindawati, ASL., Willyarto, M. N. (2019). *Branding Perguruan Tinggi Di Era Digital*. Pasuruan: Qiara Media.

BUKU **PETUNJUK** PENULISAN **SKRIPSI**



Manusia adalah Ciptaan
Terbaik Tuhan

IA SEMPURNA DENGAN AKAL DAN HATINYA

ISBN 978-602-53784-1-6 (PDF)

