

**PENGARUH KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. LABORA FARMA**



DISUSUN OLEH:

TEFI VEBRIANI NABEN

21020041

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN RETAIL

SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA

YOGYAKARTA

2022

PENGARUH KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN

KONSUMEN PADA PT. LABORA FARMA

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Guna Memenuhi

Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Program Studi Sarjana Manajemen Retail

Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa



DISUSUN OLEH:

TEFI VEBRIANI NABEN

21020041

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN RETAIL

SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. LABORA FARMA”** telah mendapat persetujuan dari pembimbing.

Yang disusun oleh:

Nama : Tefi Vebriani Nabon

NIM : 21020041

Program Studi : Sarjana Manajemen Retail

Disetujui pada tanggal, 21 Januari 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Sarjita, S.E., M.M
NIK. 113.00114

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tefi Vebriani Naben

NIM : 21020041

Program Studi : Sarjana Manajemen Retail

Judul Skripsi : “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Labora Farma”

Dengan ini saya menyatakan bahwa tulisan dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 24 Januari 2023

Yang menyatakan

Tefi Vebriani Naben

21020041

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul: “Pengaruh Kinerja karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Labora Farma” ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa pada tanggal...dan telah memenuhi syarat lulus, dengan Dewan Penguji terdiri dari:

Ketua

Anggota

.....

.....

NIK.....

NIK.....

Mengetahui,

Ketua STIB Kumala Nusa

Anung Pramudyo, S.E., M.M.
NIP. 197802042005011002

MOTTO

- ❖ *Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan dan bertekunlah dalam doa (Roma 12:12).*
- ❖ *Janagan pernah menyerah atas impianmu. Impian memberikan tujuan hidup. Ingatlah, sukses bukan kunci kebahagiaan, kebahagiaanlah kunci untuk sukses.*
- ❖ *Allah turut bekerja dalam segala sesuatu untuk mendatangkan kebaikan (Roma 8:28).*
- ❖ *Kejarlah sarjanamu, meski skripsi menghadangmu.*
- ❖ *Semua akan indah pada waktunya (Pengkhotbah 3:11).*
- ❖ *Gapailah pendidikan setinggi mungkin dan kembalilah kepada masyarakat untuk memberikan kebaikan.*
- ❖ *Dan segala sesuatu yang kamu lakukan dengan perkataan atau perbuatan, lakukanlah semuanya itu dalam nama Tuhan Yesus, sambil mengucap syukur oleh Dia kepada Allah, Bapa kita (Kolose 3:17).*
- ❖ *Menjadi mahasiswa tidaklah mudah, namun semua bisa dilalui oleh mereka yang semangatnya yang tak akan goyah.*
- ❖ *Tuhan adalah kekuatanku dan perisaiku; kepada-Nya hatiku percaya. Aku tertolong sebab itu beria-ria hatiku, dan dengan nyanyianku aku bersyukur kepada-Nya (Mazmur 28:7).*
- ❖ *Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang semua ini karena ada campur tangan Tuhan.*

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Karya Sederhana Ini Kepada Orang Yang Sangat Kukasihi Dan Kusayangi:

- *Ibu dan Ayah Tercinta. Sebagai tanda hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Ferderia Saidjan) dan Ayah (Alm. Melianus Naben) yang telah memberikan kasih sayang secara doa dan cinta kasih sayang yang tak terhitung tak mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk Ibu dan Ayah bahagia karena ku sadari selama ini belum bisa berbuat lebih. Terimah kasih Ibu....Terima kasih Ayah.*
- *Adik-adik, Kakak-kakak dan Orang terdekatku. Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk (Kakak Yongki, Amrosius, Rinto, Mama Agus, Kakak Aris, Kakak Feni dan Suami tercinta Donatus). Terima kasih telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang diberikan selama ini menjadikanku orang yang baik pula.*
- *Teman-teman. Untuk kawan-kawanku yang selalu memberikan motivasi, nasihat, dukungan moral dan material yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini (Orce, Asri, Yuna dan Mesti).*
- *Dosen Pembimbing Skripsi. Pak Sarjita, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi saya, terima kasih banyak Pak sudah membantu selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari dan mengarahkan sampai skripsi ini selesai.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat dan kuasa-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moral maupun spiritual, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Anung Pramudyo, S.E., M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta.
2. Bapak Sarjita, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi arahan, saran dan penuh sabar dalam memberikan bimbingan kepada penulis selama penyusunan berlangsung sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik.
3. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dengan penuh keikhlasan kepada penulis selama ini.
4. Kedua orang tua “ayah (Melianus Nabén Alm.) ibu (Ferderika Saidjan)” tercinta dan tersayang serta seluruh keluarga yang telah memberikan doa serta bantuan baik secara moral maupun material dengan tulus dan ikhlas serta dukungun dan kesabaran penuh atas segala tindakan dan kalakuan penulis.
5. Kepada teman-teman seangkatan dan kakak-kakak yaitu Orce, Asri dan Kakak Feni, Kakak Aris serta suami dan anak tercinta Chrisna Donatus.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun. Akhir kata, semoga ini bermanfaat.

Yogyakarta, 20 November 2022

Penulis

Tefi Vebriani Nabon

21020041

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan dengan indikator (Kualitas kerja, kuantitas kerja, tanggung jawab, kerja sama, inisiatif) secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis dengan pemberian kuesioner yang diberikan kepada konsumen, dan kemudian metode kuantitatif dengan menggunakan analisis skala likert untuk mengukur tiap indikator dari kinerja karyawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dari hasil regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta sebesar 4,774 dengan nilai signifikan sebesar 0,039 dan koefisien regresi sebesar 0,839 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Dari hasil tersebut ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan penelitian diterima.

Kata Kunci : Kinerja Karyawan dan Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	5
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Hubungan antar Variabel	16

D. Kerangka Pikir	17
E. Hipotesis	18
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	20
B. Subyek/Obyek Penelitian	20
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	20
D. Populasi dan Sampel	21
E. Jenis dan Sumber Data	22
F. Definisi Operasional Variabel	23
G. Metode Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	27
B. Deskripsi Data Penelitian	30
C. Analisis Data Penelitian	37
D. Pembahasan Analisis Data	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel	23
Tabel IV.2 Daftar Pegawai Apotek Labora Farma	29
Tabel IV.3 Hasil Distribusi Kuesioner pada PT. Labora Farma	30
Tabel IV.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel IV.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel IV.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel IV.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kinerja Karyawan (X) PT. Labora Farma	34
Tabel IV.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y) PT. Labora Farma	36
Tabel IV.9 Uji Validitas Kinerja Karyawan	37
Tabel IV.10 Uji Validitas Kepuasan Konsumen	40
Tabel IV.11 Uji Validitas Reabilitas	43
Tabel IV.12 Uji Regresi Linear Berganda (coefficients)	44
Tabel IV.13 Uji Validitas Koefisien Determinasi	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.
- Lampiran 2 : Data Penelitian.
- Lampiran 3 : Uji Validitas
- Lampiran 4 : Uji Reabilitas
- Lampiran 5 : Uji Regresi Linear Berganda (coefficients)
- Lampiran 6 : Uji Regresi Linear Berganda (modal summary)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan visi dan misi organisasi yang di tuangkan melalui perencanaan strategi suatu organisasi.

Suatu organisasi perusahaan didirikan karena mempunyai tujuan tertentu yang ingin dan harus dicapai. Dalam mencapai tujuannya setiap organisasi di pengaruhi perilaku organisasi. Salah satu kegiatan yang paling lazim dilakukan dalam organisasi adalah kinerja karyawan, yaitu bagaimana ia melakukan segala sesuatu yang berhubungan dengan sesuatu pekerjaan atau peranan dalam organisasi.

Konsumen mempertimbangkan banyak faktor dalam memilih produk dan jasa. Banyaknya jenis produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen mengakibatkan kekuatan tawar pembeli yang besar. Di tengah persaingan yang semakin ketat, untuk dapat bertahan perusahaan harus mampu memberikan nilai lebih kepada konsumen. Pembeli memilih di antara beraneka ragam tawaran yang dianggap memberikan nilai yang paling banyak (Kotler, 2005). Nilai dapat dilihat sebagai kombinasi antara mutu, pelayanan dan harga. Untuk dapat memberikan manfaat lebih, perusahaan harus mampu mengetahui barang dan jasa yang menjadi kebutuhan dan

keinginan konsumen. Selain itu, perusahaan mampu memberikan barang dan jasa dengan kualitas yang baik, pelayanan yang unggul serta harga yang bersaing.

Setiap perusahaan, baik di bidang manufaktur atau jasa saling berkompetisi untuk membuat konsumen tetap setia dan tidak berpaling pada produk lain. Bidang jasa berbeda dengan manufaktur, pada bidang jasa elemen manusia memegang peranan yang sangat penting dalam menjalin hubungan dengan konsumen karena keberhasilan perusahaan untuk mendapat kesetiaan konsumen sangat ditentukan oleh kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Interaksi antara karyawan dengan konsumen memegang peranan penting dalam memperoleh konsumen yang setia.

Kinerja karyawan dalam bisnis memegang peranan yang sangat penting karena melalui karyawan perusahaan berinteraksi dengan konsumen. Interaksi antara karyawan dengan konsumen memegang peran utama karena melalui interaksi ini konsumen mengenal perusahaan. Selain itu, dalam bisnis disuatu perusahaan kinerja karyawan merupakan cerminan dari citra perusahaan kepada konsumen dan menjadi kunci sukses tercapainya kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen menjadi penting karena merupakan salah satu kunci pendorong moral dan disiplin serta kinerja karyawan yang akan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan dan dalam upaya mewujudkan

sasaran perusahaan. Pelayanan adalah cara melayani, membantu, menyiapkan atau mengurus keperluan sekelompok orang.

Pada industri jasa, kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara konsumen dengan karyawan yang melakukan kontak layanan. Kepuasan konsumen merupakan persepsi pelanggan atas kinerja produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan manfaat lebih bagi konsumen. Kepuasan konsumen terhadap jasa yang diberikan akan memunculkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. LABORA FARMA”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis ingin mengidentifikasi masalah tersebut dalam pernyataan penelitian yaitu: “Apakah kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma”.

C. Batasan Masalah

Agar masalah dalam penelitian tidak terlalu luas dan dapat menjawab permasalahan yang ada, maka penelitian dibatasi dengan dilakukan pada konsumen meliputi kinerja karyawan, kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma”.

E. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis dari penelitian yang dilakukan penulis dengan cara mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama perkuliahan dalam pembahasan masalah pada PT. Labora Farma.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan untuk mengetahui langkah-langkah dalam memuaskan konsumen sesuai dengan harapan konsumen terhadap pelayanan yang di berikan.

3. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa

Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang bermaksud mengadakan penelitian yang serupa dan sebagai bahan acuan serta pertimbangan dalam penulisan karya ilmiah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Kinerja (*Performance*) Karyawan

Kinerja merupakan unsur utama dari sebuah perusahaan. Kinerja diartikan sebagai output yang dihasilkan (*performance outcomes*) dari aktivitas perusahaan.

Bagi perusahaan jasa, kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan menjadi kunci sukses untuk dapat memuaskan konsumen karena melalui karyawan perusahaan berinteraksi dengan para konsumen. Citra perusahaan muncul melalui kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan. Stoner (2006) menyebutkan bahwa kinerja adalah fungsi dari motivasi, kecakapan, dan persepsi peranan. Sedangkan Bernardin dan Russel (2006) mendefinisikan kinerja sebagai pencatatan hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi-fungsi pekerjaan atau kegiatan tertentu selama kurun waktu tertentu.

Dari dua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan merupakan fungsi dari motivasi, kecakapan dan persepsi peranan karyawan dalam suatu organisasi untuk mencapai hasil-hasil yang diharapkan organisasi dalam kurun waktu tertentu. Pencapaian tujuan perusahaan tidak pernah lepas dari peran karyawan terlebih dalam bidang jasa.

Adanya konsumen-konsumen yang setia akan memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan yang semakin kuat. Menurut pendapat Kartajaya (2007) keunggulan bersaing yang mempunyai daya tahan paling lama adalah servis karena servis membutuhkan dukungan orang-orang yang mempunyai *passion of service* yang tidak dapat dibangun dalam tempo sesaat. Hal ini membuktikan bahwa dalam bidang jasa, kinerja karyawan dalam memberikan pelayanan memegang peranan yang penting.

Kinerja merupakan salah satu faktor dari 3 (tiga) unsur keunggulan bersaing sebuah perusahaan. Ketiga faktor tersebut yaitu:

- a. Potensi keunggulan bersaing
- b. Posisi keunggulan bersaing (dibandingkan dengan pesaing)
- c. Kinerja yang dihasilkan (*performance outcomes*).

Kinerja adalah hasil atau output apabila semua potensi dan posisi keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan digunakan secara optimal maka para konsumen akan memperoleh keuntungan dari harga produk yang relatif murah dan produk yang sesuai dengan harapan mereka. Selanjutnya hal ini akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi, loyalitas yang tinggi pula, dan pangsa pasar yang semakin besar. Semua ini memberikan tingkat profitabilitas kepada perusahaan.

Kegiatan yang bermuara pada peningkatan kinerja ini jika tetap dikontrol semua potensi dan posisi bersaingnya, maka semakin lama semakin besar seperti bola salju, sehingga penjualan semakin meningkat

dan perusahaan dapat meningkatkan kegiatan produksinya. Muaranya adalah harga jual yang sesuai dengan perbandingan kualitas produk, dan konsumen memperoleh lebih banyak manfaat dari perusahaan tersebut.

a. Indikator-Indikator Kinerja

Menurut Mangkunegara (2009), kinerja karyawan dapat nilai dari:

1) Kualitas Kerja

Menunjukkan kerapihan, ketelitian, keterkaitan hasil kerja dengan tidak mengabaikan volume pekerjaan. Adanya kualitas kerja yang baik dapat menghindari tingkat kesalahan dalam penyelesaian suatu pekerjaan yang dapat bermanfaat bagi perusahaan.

2) Kuantitas Kerja

Menunjukkan banyaknya jumlah jenis pekerjaan yang dilakukan dalam satu waktu sehingga efisiensi dan efektivitas dapat terlaksana sesuai dengan tujuan perusahaan.

3) Tanggung Jawab

Menunjukkan seberapa besar karyawan dalam menerima dan melaksanakan pekerjaannya, mempertanggung jawabkan hasil kerja serta sasaran dan prasarana yang digunakan dalam perilaku kerjanya setiap hari.

4) Kerja Sama

Kesediaan karyawan untuk berpartisipasi dengan karyawan yang lain secara vertikal dan horizontal baik didalam maupun diluar pekerjaan sehingga hasil pekerjaan akan semakin baik.

5) Inisiatif

Adanya inisiatif dari dalam diri anggota organisasi untuk melakukan pekerjaan serta mengatasi masalah dalam pekerjaan tanpa menunggu perintah dari atasan atau menunjukkan tanggung jawab pekerjaan yang sudah kewajiban seorang pegawai.

b. Penilaian Kinerja

Evaluasi kinerja atau penilaian prestasi karyawan yang di kemukakan oleh Magginson (2000) adalah sebagai berikut: “penilaian prestasi kinerja (*performance appraisal*) adalah suatu proses yang digunakan pimpinan untuk menentukan apakah seorang karyawan melakukan pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab”. Selanjutnya menurut Sikula (2000) mengemukakan bahwa “penilaian pegawai dan potensi yang dapat dikembangkan. Penilaian dalam proses penafsiran atau penentuan nilai, kualitas atau status dari beberapa obyek orang ataupun sesuatu (barang).

Dari beberapa pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa evaluasi kinerja adalah penilaian yang dilakukan secara sistematis untuk mengetahui hasil pekerjaan karyawan secara tepat, memberikan tanggung jawab yang sesuai kepada karyawan sehingga dapat melaksanakan pekerjaan yang lebih baik dimasa mendatang dan sebagai dasar untuk menentukan kebijakan dalam hal promosi jabatan atau penentuan imbalan.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja

Menurut Mangkunegara (2006) adalah faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motifasi (*motivation*):

1) Faktor Kemampuan

Secara psikologis, kemampuan (*ability*) pegawai terdiri dari kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan reality (knowledge+skill) dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari maka ia akan lebih mudah untuk mencapai kinerja yang maksimal.

2) Faktor Motivasi

Motivasi diartikan suatu sikap (*attitude*) pimpinan dan karyawan terhadap situasi kerja (*situation*) dilingkungan organisasinya. Mereka yang bersifat positif (pro) terhadap situasi kerjanya akan menunjukkan motivasi kerja tinggi dan sebaliknya jika mereka negatif (kontra) terhadap situasi kerjanya akan menunjukkan motivasi kerja yang rendah. Situasi kerja yang dimaksud mencakup antara lain hubungan kerja, fasilitas kerja, iklim kerja, kebijakan pimpinan, pola kepemimpinan kerja dan kondisi kerja.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal seorang karyawan. Faktor eksternal tersebut sangat erat kaitannya dengan situasi atau kondisi kerja pada suatu perusahaan atau organisasi, salah satunya mengenai masalah konflik yang terjadi.

2. Kepuasan Konsumen

Konsumen adalah pemain utama dalam bisnis. Menjaga konsumen tetap senang dan puas merupakan tantangan perusahaan dan cara terbaik untuk bertahan dalam persaingan.

Menurut Tjiptono (2014), mengkonseptualisasikan kepuasan konsumen seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa.

Menurut Bahrudin dan Zuhro (2016), menyatakan kepuasan konsumen adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Keller (2017), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Menurut Irawan (2021), mengungkapkan kepuasan konsumen adalah suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

Berdasarkan beberapa definisi dari para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu hasil dari

perbandingan antara harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

a. Faktor utama dalam menentukan tingkat Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terhadap lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang di harapkan.

3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila dia menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

b. Metode pengukuran kepuasan konsumen

Menurut Fandy (2014) tidak ada satupun ukuran tunggal “terbaik” mengenai kepuasan konsumen yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, cara mengukur kepuasan konsumen, terdapat kesamaan paling tidak dalam tiga konsep inti mengenai objek pengukuran, yaitu:

1) Kepuasan konsumen keseluruhan

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan konsumen adalah langsung menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya.

2) Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan.

3) Menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

c. Dimensi kepuasan konsumen

Berbagai penelitian memilah kepuasan konsumen kedalam komponen-komponennya. Proses semacam itu terdiri empat langkah, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan konsumen.
- 2) Meminta konsumen menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramah staf layanan konsumen.
- 3) Meminta konsumen menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.
- 4) Meminta para konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka penting dalam menilai kepuasan konsumen keseluruhan.

d. Konfirmasi harapan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut penting.

e. Minat beli ulang

Adalah kepuasan konsumen diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah konsumen akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk kebenak konsumen sehingga dipersepsikan baik. Apabila dikemudian hari ketika mengalami gangguan kesehatan, maka rumah sakit tersebut akan menjadi referensi yang muncul pertama kali dibenak konsumen.

f. Kesiediaan untuk merekomendasi

Adalah kesiediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

g. Ketidakpuasan konsumen

Adalah aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan konsumen, meliputi: *complain*, *return* atau pengembalian produk, biaya garansi, *recall*, *word of mouth negative*, *defections*.

B. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian S Pantja Djati “*Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan*”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya, kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan konsumen, dan kemudian kepercayaan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan konsumen. Konsumen yang puas akan loyal dan perusahaan mendapatkan laba dari hubungan yang terbina dalam jangka

panjang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pemasaran untuk kepentingan konsumen semakin terbukti dapat dijadikan sebagai dasar pembentukan kompetensi inti untuk menghadapi persaingan di sektor industri jasa yang sangat ketat. Yang menjadi persamaan dengan penelitian ini adalah peneliti ini juga meneliti tentang kinerja karyawan dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti ini meneliti tidak hanya pada kepuasan konsumen tetapi juga pada kepercayaan dan kesetiaan konsumen.

2. Penelitian Muchamad Arif Ludfi yang berjudul "*Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepercayaan Anggota BMT Asy-Syifa Weleri Kendal*".

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil penelitian bahwa kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan anggota BMT Asy-Syifa Weleri Kendal, yang artinya besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan adalah sebesar 53,2% sisanya sebesar 46,8% di pengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti penulis. Perbedaan dari penelitian ini dengan peneliti yaitu mengenai kinerja karyawan terhadap kepercayaan anggotanya sedangkan peneliti tentang kepuasan konsumennya.

3. Penelitian Indah Ismiyati dengan penelitian yang berjudul "*Pengaruh Kinerja karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen*".

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *reliability* merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kinerja karyawan, variabel yang paling kuat mengukur kepuasan konsumen Hotel Sri Wibowo kesesuaian akan kebutuhan berarti bahwa kepuasan konsumen sangat ditentukan oleh kemampuan Hotel Sri Wibowo dalam memenuhi kebutuhan para konsumen baik melalui fasilitas yang disediakan dan melalui pelayanan yang diberikan. Variabel yang paling kuat mengukur kepercayaan konsumen adalah integritas berarti bahwa kepercayaan konsumen sangat ditentukan oleh perhatian dan motivasi dari karyawan Hotel Sri Wibowo. Untuk loyalitas pelanggan, variabel yang paling dominan adalah dimensi *say positive things*, yang berarti bahwa konsumen Hotel Sri Wibowo menunjukkan loyalitasnya dengan bersedia mengatakan hal-hal positif mengenai Hotel Sri Wibowo. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah tentang variabel yang dipengaruhi tidak hanya kepuasan saja melainkan juga kepercayaan dan loyalitas konsumennya.

C. Hubungan antar Variabel

Variabel penelitian dari penelitian ini terbagi atas dua jenis variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat, berikut ini variabel penelitian:

1. Variable Bebas (*Independen Variable*)

Variabel yang tidak tergantung dengan variabel lainnya disebut variabel bebas (*independen variable*). Variabel bebas adalah variabel yang memberikan perubahan pada variabel terikat (Sugiyono, 2004).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan.

a. Kinerja Karyawan (X)

Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan. Kinerja karyawan adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kesungguhan serta waktu.

2. Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Variabel yang tergantung pada variabel lain disebut variabel terikat (*dependen variable*). Variabel terikat merupakan variabel yang mendapatkan pengaruh dari data karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2004). Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen.

a. Kepuasan Konsumen (Y)

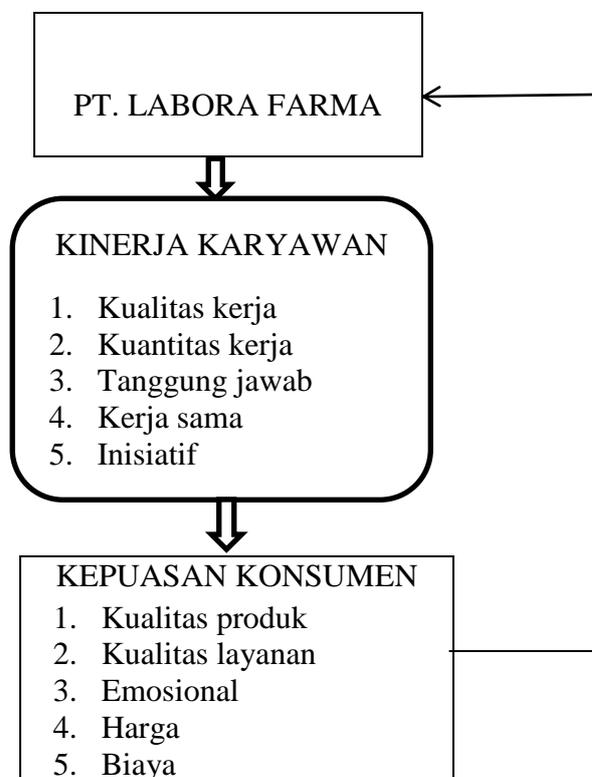
Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. .

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan gambaran tentang pola hubungan antara variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian.

Pelayanan mencerminkan visi dan misi perusahaan, oleh karena itu pelayanan prima menjadi dambaan setiap perusahaan termasuk konsumen sebagai subyek pelayanan itu sendiri. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan suatu perusahaan cenderung akan tetap mempergunakan jasa perusahaan tersebut.

Berdasarkan teori yang dikemukakan diatas, maka pengembangan kerangka pikir dapat dilihat seperti dibawah ini:



E. Hipotesis

Kinerja karyawan mempunyai peran penting dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu memperoleh konsumen-konsumen yang loyal. Bertitik

dari masalah pokok yang dikemukakan diatas, maka Hipotesis yang diajukan adalah:

1. kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma. Kepuasan konsumen harus terus dipelihara agar perusahaan mampu mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Morgan dan Hunt (2008), berpendapat bahwa kepercayaan adalah variabel kunci dalam mengembangkan keinginan yang tahan lama untuk terus mempertahankan hubungan jangka panjang.

Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen dapat membantu perusahaan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan para konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasikan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

B. Subyek/Obyek Penelitian

Yang dimaksud subyek penelitian adalah orang, tempat atau benda yang diamati dalam rangka pembubutan sebagai sasaran. Adapun subyek penelitian dalam tulisan ini adalah banyaknya konsumen yang merasa puas dengan kerja karyawan di PT. Labora Farma.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun Lokasi penelitian adalah PT. Labora Farma yang beralamat di Ruko Puri Gardenia Blok. A.1 No.2, RT.002 RW.014, Pegadungan, Kalideres Jakarta Barat, 11830. Yang bergerak dibidang ekonomi dan pembangunan nasional. Waktu penelitian yang digunakan kurang lebih dua bulan lamanya.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah seluruh obyek yang akan diteliti. Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada PT. Labora Farma yang berjumlah 20.358 konsumen.

b. Sampel

Sampel menurut Sugiyono, (2016) merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang digunakan dan sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Tujuan penentuan sampel adalah untuk menentukan perolehan keterangan mengenai penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi sebagai suatu cerminan dari populasi yang diteliti. Dengan alasan tersebut, penelitian umumnya hanya dilakukan terhadap sampel yang telah dipilih saja mewakili populasi yang akan dijadikan generalisasi nantinya. sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Teknik pengambilan ini adalah teknik pengambilan secara sengaja yang maksudnya peneliti menentukan sendiri sampel yang akan di ambil karena adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 50 orang.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini digunakan analisis data kuantitatif. Analisis Kuantitatif adalah analisis yang menggunakan data-data yang dinyatakan dalam bentuk angka dimana data tersebut merupakan variable-variabel yang dianggap berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma dalam kategori-kategori yang pada akhirnya akan menjadi total skor dari pengisian kuesioner oleh responden.

a. Data Kuantitatif

Yaitu data yang diperoleh dari PT. Labora Farma berupa angka-angka, seperti data-data jumlah konsumen.

b. Data Kualitatif

Yaitu data yang diperoleh dari dalam bentuk informasi baik lisan maupun tulisan, seperti data dari karya ilmiah, literature, brosur serta informasi tentang sistem pada PT. Labora Farma.

2. Sumber Data

a. Data Primer

Adalah data hasil wawancara langsung dengan bagian yang menangani masalah konsumen pada PT. Labora Farma.

b. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari PT. Labora Farma berupa dokumen-dokumen ataupun laporan tertulis dari luar yang ada kaitannya dengan penelitian.

F. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu:

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya dependen (terikat). Jadi variabel independen adalah variabel yang menjadi variabel bebas yaitu kinerja karyawan yang disimbolkan dengan huruf X.

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen, yang disimbolkan dengan huruf Y.

Tabel III. 1
Defenisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator
1.	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya.	1. Kualitas Produk 2. Kualitas Pelayanan 3. Emosional 4. Harga 5. Biaya

2.	Kinerja Karyawan	Kinerja karyawan adalah hasil atau output apabila semua potensi dan posisi keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan digunakan secara optimal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Kerja 2. Kuantitas Kerja 3. Tanggung Jawab 4. Kerja Sama 5. Inisiatif
----	------------------	---	---

G. Metode Analisis Data

Teknik analisis data untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini, menggunakan software SPSS, dengan cara memasukkan hasil dari operasionalisasi variabel yang akan di uji.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu pengukuran yang menunjukkan tingkattingkat kevalidan atau keaslian suatu instrument.

Sebuah instrument dikatakan valid jika mampu mengukur yang diinginkan oleh peneliti, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambar tentang variabel yang dimaksud. Cara pengujian validitas dengan menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dan skor total dengan menggunakan rumus korelasi produk momen. Teknik analisis data produk momen dengan angka kasar digunakan untuk dapat menganalisis kepuasan konsumen terhadap kinerja karyawan pada PT. Labora Farma. Valid tidaknya suatu instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi produk moment atau r hitung dengan nilai kritisnya dan rumus Produk Momen yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n(\sum X^2) - (\sum X)^2)(n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Taraf signifikan ditentukan 5%. Jika diperoleh hasil korelasi yang lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan 0,05 berarti butir pertanyaan tersebut valid.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur suatu gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Instrument yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji realibilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Croncbach yaitu sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reabilitas instrument

k = banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

σt^2 = varians total

c. Regresi Linear

Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen maka kami menggunakan analisis regresi linear. Yang secara umum data hasil pengamatan dipengaruhi oleh variabel bebas.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

a = konstanta

b = koefisien regresi

X = kinerja karyawan

d. Korelasi

Korelasi digunakan sebagai ukuran ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap sekelompok data, dan hasil observasi. Makin besar nilai R^2 maka semakin bagus garis regresi yang terbentuk. Sebaliknya, makin kecil nilai R^2 makin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili dua hasil observasi. Koefisien juga digunakan untuk mengukur besar proporsi (persentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap ragam variabel respon Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah PT. Labora Farma

Apotek Labora Farma didirikan pada tanggal 01 September 1995, yang beralamat di Ruko Puri Gardenia Blok. A.1 No.2, RT.002 RW.014, Pegadungan, Kalideres Jakarta Barat, 11830. Hingga seiring berjalannya waktu dan perkembangan serta pertumbuhan apotek yang sangat pesat, pemilik apotek membuka cabang apotek lain yaitu:

- a. Apotek Labora Jaya yang beralamat di Ruko Taman Semanan Indah, Jln. Dharma Kencana No. 6, RT.007/RW.007, Duri Kosambi, Kec. Cengkareng, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11750.
- b. Apotek Kalideres yang beralamat di Jln. Raya Peta Selatan, Kalideres, RT.007/RW.11, Kalideres, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11840.

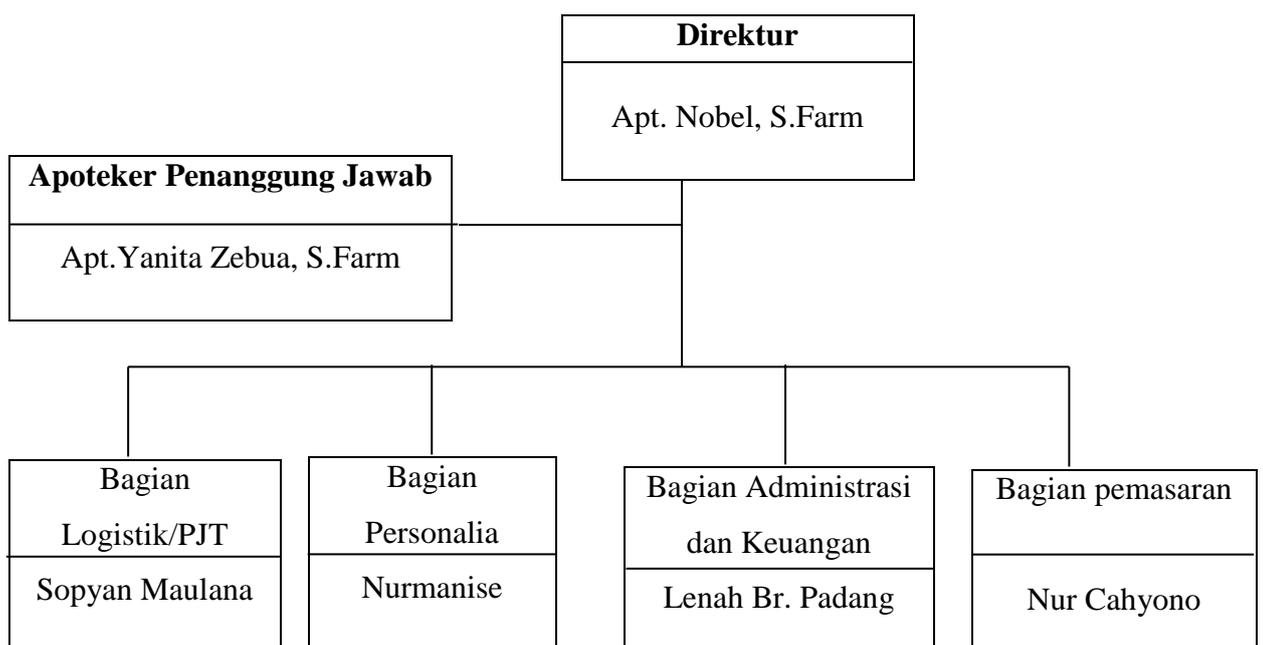
Setelah beberapa tahun menjalankan usaha apotek dan dengan adanya peraturan-peraturan baru tentang pendistribusian obat, sehingga tepat pada tanggal 16 Juni 2013 pemilik apotek mendirikan PT. Labora Global Pharma sehingga semua usaha yang dimiliki oleh pemilik berada dalam naungan PT. Labora Global Pharma dengan ruang lingkup kegiatan perusahaan meliputi usaha dalam bidang distribusi dan perdagangan obat.

2. Visi dan Misi Apotek Labora Farma

1. Visi dari Apotek Labora Farma adalah sebagai berikut: Menjadi Perusahaan Distribusi Nasional yang terkemuka dan dapat dipercaya.
2. Misi dari Apotek Labora Farma adalah:
 - 1) Melayani pelanggan dengan baik dan tulus, dengan menyediakan produk yang aman dan berkualitas.
 - 2) Mengelola perusahaan secara baik dengan dukungan dari Sumber Daya Manusia yang Profesional.
 - 3) Memastikan proses bisnis berjalan dengan baik, berintegritas tinggi untuk memaksimalkan efisiensi.
 - 4) Memastikan Perusahaan untuk dapat memberikan nilai tambah dan manfaat bagi seluruh *stakeholder*.

3. Struktur Organisasi Apotek Labora Farma

Bagan struktur organisasi dari Apotek Labora Farma.



Sumber: data sekunder diolah (2023). Apotek Labora Farma.

4. Sumber Daya Manusia (Personalia)

Dibawah ini penulis sajikan tabel yang berisikan jumlah data pegawai di Apotek Labora Farma.

Tabel IV. 2
Daftar pegawai Apotek Labora Farma

No.	Nama Lengkap	Jabatan	Tempat, Tanggal Lahir	Alamat Rumah	Nomor Telepon	Status Kerja
1.	Apt. Nobel, S.Farm	Direktur	Ambon, 27 Desember 1982	Citra Garden 7 Blok E. 19/9, RT.007/RW011, Kel. Kalideres, Jakarta Barat	0812929 4031	Aktif
2.	Apt. Yanita Zebua, S.Farm	Apoteker Penanggung Jawab	Tetehosi, 07 Januari 1996	Jl. Trisula No.43E, RT.006/RW.010, Kel.Tegal Alur, Kec. Kalideres, Jakarta Barat	0822763 05267	Aktif
3.	Sopyan Maulana	Bagian Logistik/PJT	Tangerang, 04 November 1989	KP. Pangkalan, RT.006/RW.007, Kel. Semanan, Kec. Kalideres, Jakarta Barat	0856733 8362	Aktif
4.	Nurmanise	Bagian Personalia	Solok, 16 September 1965	Sumur Bor, RT.003/RW.012, Kel. Kalideres, Kec. Kalideres, Jakarta Barat	0878777 60226	Aktif
5.	Lenah Br. Padang	Bagian Administrasi dan Keuangan	Indramayu, 10 Oktober 1984	Jl. Kenanga no.1, RT.049/RW.007, Kel. Jatibarang, Kec. Jatibarang	0821148 80268	Aktif
6.	Nur Cahyono	Bagian Pemasaran /GM	Ponorogo;04 Februari 1991	Dukuh Sambi, RT.001/RW.006, Kel.Ngrayun, Kec.Ngrayun	0858881 39678	Aktif

Sumber: data sekunder diolah (2023). Apotek Labora Farma

5. Fasilitas/Sarana dan Prasarana

Apotek Labora Farma untuk saat ini telah memiliki fasilitas yang memadai antara lain:

- a. Bangunan, ruang kerja beserta fasilitas yang berhubungan.
- b. Peralatan proses seperti motor, mobil, dan *chiller* (lemari pendingin)
- c. Sarana pendukung seperti transportasi, dan komunikasi.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Hasil Penelitian

- a. Kuesioner

Tabel IV.3
Hasil distribusi kuesioner pada PT. Labora Farma

Uraian	Jumlah
Jumlah responden terpilih	50
Jumlah angket yang disebar	50
Jumlah angket yang dikembalikan (terkumpul)	50
Pengisian tidak lengkap	50
Jumlah angket yang dapat diolah	50
Presentase	100%

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner pada PT. Labora Farma.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, ditetapkan sebesar 50 orang responden, dimana dari 50 kuesioner dibagikan kepada responden, semua kuesioner telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut.

2. Dekripsi Responden

Deskripsi responden adalah penjelasan tentang konsumen pada PT. Labora Farma, yang diperlukan sebagai informasi untuk mengetahui identitas sebagai responden dalam penelitian ini. Responden sebagai obyek penelitian yang memberikan interpretasi terhadap karakteristik responden untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma.

Responden dalam penelitian ini sebanyak 50 orang konsumen menjadi responden yang representative untuk dikemukakan sebagai kelayakan responden dalam memberikan informasi mengenai identitas diri mulai dari jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Diuraikan sebagai berikut:

a. Responden Menurut Jenis Kelamin

Tabel IV.4
Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	15	30
Perempuan	35	70
Total	50	100%

Sumber: Data Primer Olahan, 2023

Dari tabel 4.4 dapat dilihat bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki, yaitu responden perempuan sebanyak 35 orang dan responden laki-laki sebanyak 15 orang.

b. Responden Menurut Usia

Tabel IV.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Frekuensi	Persentase (%)
18-20	13	26
21-23	25	50
24-28	12	24
Total	50	100%

Sumber: Data Primer Olahan, 2023

Usia Responden pada tabel 4.5 diatas menunjukkan kelompok umur responden dibagi berdasarkan usia produktif yaitu responden yang berumur 18-20 tahun sebanyak 13 orang, responden yang berumur 21-23 tahun sebanyak 25 orang dan responden yang berumur 24-28 ke atas sebanyak 12 orang.

c. Responden Menurut Pekerjaan

Tabel IV.6
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
PNS/TNI/POLRI	0	0
Pegawai Swasta	8	16
Petani	2	4
Pelajar/Mahasiswa	40	80
Total	50	100%

Sumber: Data Primer Olahan, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat pekerjaan responden yang PNS/TNI/POLRI sebanyak 0 orang responden, yang bekerja sebagai Pegawai Swasta sebanyak 8 orang responden, yang bekerja

sebagai Petani sebanyak 2 orang responden, dan yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 40 orang responden.

3. Deskripsi Variabel

a. Responden Mengenai Variabel Kinerja Karyawan (X)

Responden mengenai variabel kualitas kerja karyawan (X) yaitu mempunyai 10 butir pertanyaan sebagai berikut: 1. Apakah karyawan secara ramah dan professional dalam melayani konsumen?, 2. Apakah fasilitas dan pelayanan yang diberikan sudah lengkap dan sesuai?, 3. Apakah pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen?, 4. Apakah karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan konsumen?, 5. Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan dalam waktu singkat, 6. Karyawan sangat disiplin dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan, 7. Karyawan PT. Labora Farma mampu beradaptasi dengan pegawai lain dan bekerja sama dengan baik, 8. Karyawan PT. Labora Farma mampu mengatasi masalah dengan baik tanpa adanya intruksi dari pimpinan, 9. Apakah penyampaian informasi yang diberikan konsumen kepada karyawan jelas?, 10. Apakah pelayanan administrasi cepat dan tepat?.

Maka berikut ini adalah tabel mengenai jawaban responden tentang kinerja karyawan yaitu:

Tabel IV.7
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kinerja Karyawan (X)
PT. Labora Farma

Butir Variabel (X)	Keterangan									
	SS.4		S.3		TS.2		STS.1		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	Bobot	Rata-rata
1	22	44	22	44	2	4	4	8	162	3,24
2	12	24	32	64	4	8	2	4	154	3,08
3	23	46	22	44	2	4	3	6	165	3,3
4	16	32	30	60	1	2	3	6	159	3,18
5	13	26	31	62	2	4	4	8	153	3,06
6	17	34	26	52	4	8	3	6	157	3,14
7	17	34	27	54	5	10	1	2	160	3,2
8	12	24	31	62	4	8	3	6	152	3,04
9	19	38	28	56	2	4	1	2	165	3,3
10	16	32	27	54	6	12	1	2	158	3,16
Total	167	334	276	552	32	64	25	50	1585	31,7
Rata-rata	3,34	6,68	5,52	11,04	0,64	1,28	0,5	1	100	0,634

Sumber: Data Primer Olahan, 2023

Dari tabel diatas masing-masing memiliki persentase dan mempunyai empat pilihan diantaranya sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dan diambil kesimpulan bahwa lebih banyak yang memilih sangat setuju dengan angka 167 dan rata-rata frekuensi 3,34, dengan memiliki persentase 334 dan rata-rata persentase 6,68. Dan yang memilih setuju dengan angka 276 dan rata-rata frekuensi 5,52, dengan memiliki persentase 552 dan rata-rata

persentase 11,04. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kinerja karyawan sangat penting dilakukan oleh PT. Labora Farma.

b. Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tanggapan responden mengenai variabel kepuasan konsumen yaitu mempunyai 10 butir pertanyaan antara lain yaitu: 1. Apakah karyawan bersedia membantu keperluan pelanggan?, 2. Apakah respon yang dilakukan dengan baik apabila ada *complain*?, 3. Pelayanan yang diberikan sangat sesuai dengan yang diharapkan konsumen, 4. Apakah karyawan sangat memperhatikan kenyamanan konsumen, 5. Karyawan dapat memberikan pelayanan dengan disiplin dan tepat waktu, 6. Apakah karyawan memberikan perhatian terhadap pembeli obat?, 7. Apakah penyedia obat memberikan pengertian dan toleransi terhadap pembeli obat apabila terjadi masalah?, 8. Apakah diwaktu yang akan datang ada pembelian ulang obat yang sama?, 9. Apakah anda bersedia merekomendasikan kepada orang lain tentang kepuasan menggunakan obat yang ada di PT Labora Farma?, 10. Apakah anda bersedia tidak berpaling menggunakan obat ditempat lain selain yang ada di PT. Labora Farma?. Untuk lebih jelasnya berdasarkan data yang diperoleh mengenai tanggapan tentang pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma. Maka berikut ini adalah jawaban responden tentang variabel Kepuasan Konsumen.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
PT. Labora Farma

Butir Variabel (Y)	Keterangan									Rata-rata
	SS.4		S.3		TS.2		STS.1		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	Bobot	
1	12	24	34	68	4	8	0	0,00	158	3,16
2	18	36	26	52	5	10	1	2	161	3,22
3	14	28	31	62	2	4	3	6	156	3,12
4	15	30	27	54	6	12	2	4	155	3,1
5	15	30	30	60	3	6	2	4	158	3,16
6	18	36	26	52	5	10	1	2	161	3,22
7	18	36	25	50	3	6	4	8	157	3,14
8	14	28	26	52	6	12	4	8	150	3
9	14	28	31	62	3	6	2	4	157	3,14
10	15	30	27	54	6	12	2	4	155	3,1
Total	153	306	283	566	43	86	21	42	1568	31,36
Rata-rata	3,06	6,12	5,66	11,32	0,86	1,72	0,42	0,84	100	0,6272

Sumber: Primer Olahan, 2023

Dari tabel diatas masing-masing memiliki persentase dan mempunyai lima pilihan di antaranya sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dan dapat diambil kesimpulan bahwa lebih banyak yang memilih setuju dengan angka 283 dan rata-rata frekuensi 5,66, dengan memiliki persentase 566 dan rata-rata persentase 11,32. Dan yang memilih sangat setuju adalah dengan angka 153 dan rata-rata frekuensi 3,06, dengan memiliki persentase 306 dan rata-rata persentase 6,12. Dari data yang didapatkan di atas

P.X .2	Pearson Correlation	.642**	1	.281*	.639**	.435**	.415**	.512**	.577**	.399**	.263	.703** [*]
	Sig. (2-tailed)	<.001		.048	<.001	.002	.003	<.001	<.001	.004	.065	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X .3	Pearson Correlation	.472**	.281*	1	.412**	.477**	.338*	.072	.312*	.291*	.374**	.565** [*]
	Sig. (2-tailed)	<.001	.048		.003	<.001	.016	.621	.027	.041	.007	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X .4	Pearson Correlation	.685**	.639**	.412**	1	.532**	.633**	.554**	.783**	.772**	.521**	.888** [*]
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.003		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X .5	Pearson Correlation	.363**	.435**	.477**	.532**	1	.528**	.346*	.405**	.442**	.200	.652** [*]
	Sig. (2-tailed)	.010	.002	<.001	<.001		<.001	.014	.004	.001	.164	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X .6	Pearson Correlation	.589**	.415**	.338*	.633**	.528**	1	.491**	.726**	.543**	.493**	.791** [*]

	Sig. (2-tailed)	<.0001	.003	.016	<.0001	<.0001		<.0001	<.0001	<.0001	<.0001	<.0001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X .7	Pearson Correlation	.288*	.512**	.072	.554**	.346*	.491**	1	.564**	.451**	.386**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.042	<.0001	.621	<.0001	.014	<.0001		<.0001	.001	.006	<.0001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X .8	Pearson Correlation	.731**	.577**	.312*	.783**	.405**	.726**	.564**	1	.644**	.559**	.860**
	Sig. (2-tailed)	<.0001	<.0001	.027	<.0001	.004	<.0001	<.0001		<.0001	<.0001	<.0001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X .9	Pearson Correlation	.522**	.399**	.291*	.772**	.442**	.543**	.451**	.644**	1	.604**	.763**
	Sig. (2-tailed)	<.0001	.004	.041	<.0001	.001	<.0001	.001	<.0001		<.0001	<.0001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X .10	Pearson Correlation	.531**	.263	.374**	.521**	.200	.493**	.386**	.559**	.604**	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	<.0001	.065	.007	<.0001	.164	<.0001	.006	<.0001	<.0001		<.0001

P.Y.2	Pearson Correlation	.486**	1	.412**	.525**	.497**	.593**	.520**	.538**	.430**	.676**	.781**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.3	Pearson Correlation	.551**	.412**	1	.516**	.425**	.412**	.484**	.574**	.553**	.301*	.720**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003		<.001	.002	.003	<.001	<.001	<.001	.034	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.4	Pearson Correlation	.400**	.525**	.516**	1	.723**	.525**	.478**	.406**	.317*	.579**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.003	.025	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.5	Pearson Correlation	.405**	.497**	.425**	.723**	1	.578**	.499**	.536**	.241	.497**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	.002	<.001		<.001	<.001	<.001	.091	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.6	Pearson Correlation	.538**	.593**	.412**	.525**	.578**	1	.385**	.269	.266	.487**	.684**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.003	<.001	<.001		.006	.059	.062	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.7	Pearson Correlation	.299*	.520**	.484**	.478**	.499**	.385**	1	.583**	.511**	.509**	.745**

	Sig. (2-tailed)	.035	<.001	<.001	<.001	<.001	.006		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.8	Pearson Correlation	.434**	.538**	.574**	.406**	.536**	.269	.583**	1	.544**	.406**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	<.001	.003	<.001	.059	<.001		<.001	.003	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.9	Pearson Correlation	.472**	.430**	.553**	.317*	.241	.266	.511**	.544**	1	.470**	.662**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	<.001	.025	.091	.062	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.10	Pearson Correlation	.400**	.676**	.301*	.579**	.497**	.487**	.509**	.406**	.470**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	.034	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001		<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.662**	.781**	.720**	.757**	.747**	.684**	.745**	.743**	.662**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen dengan 10 item pertanyaan ternyata nilai korelasinya di atas 0,30, dimana nilai

korelasinya antara 0,781-0,737, karena nilai korelasi di atas dari 0,30 dengan setiap pertanyaan berkorelasi ($< 0,05$) berarti semua item pertanyaan dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu instrument memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Pengujian *Cronbach Alpha* digunakan untuk menguji tingkat keandalan (*reliability*) dari masing-masing variabel. Apabilah nilai *Cronbach Alpha* semakin mendekati 1 mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pula konsisten reliabilitasnya. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel IV.11
Uji Reabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	20

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Dasar pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah:

Jika $\alpha > r_{\text{tabel}} = \text{konsisten}$

Jika $\alpha < r_{\text{tabel}} = \text{tidak konsisten}$

Berdasarkan tabel diatas, uji reliabilitas dari setiap item instrumen terhadap semua variabel diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* (r hitung) 0,946 $>$ nilai $r_{\text{tabel}} = 0,279$ pada tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ atau 5% dengan jumlah (n) = 50, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pernyataan tersebut memiliki *reliable* yang tinggi. Jadi, uji instrumen data pada semua

variabel sudah valid dan *reliable* untuk seluruh butir instrumennya, maka dapat digunakan untuk pengukuran data dalam rangka pengumpulan data.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Labora Farma. Analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program *SPSS For Windows Release 23*. Analisis selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel IV.12
Uji Regresi Linear Berganda (coefficients)

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.774	2.248		2.124	.039
	Kinerja Karyawan (X)	.839	.070	.866	12.001	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Dari hasil regresi, maka dapat disusun persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,774 + 0,839 X.$$

Persamaan regresi di atas terdapat nilai β_0 atau nilai konstanta sebesar 4,774. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 4,774.

Dengan nilai koefisien $X = 0,839$ menunjukkan bahwa kinerja karyawan dengan kepuasan konsumen berpengaruh positif. Dimana kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Uji Korelasi

Besarnya pengaruh (kontribusi) variabel bebas (X) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y) dapat dilihat dari besarnya koefisien determinan ganda pada lampiran 6 dimana (R^2) sebesar 0,750. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan semakin besar (mendekati 1), maka dapat dikatakan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat besar.

Tabel IV.13
Koefisien Determinasi
Model Summary
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.750	.745	2.70156

a. Predictors: (Constant), Kinerja Karyawan (X)

Sumber: Data diolah dengan SPSS

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R^2) yang diperoleh sebesar 0,745. Hal ini berarti 74,5% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kinerja karyawan, sedangkan sisanya yaitu 25,5% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variable-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan Analisis Data

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil variable kepuasan konsumen menunjukkan bahwa kinerja karyawan sangat penting dilakukan oleh PT. Labora Farma. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan kinerja karyawan yang baik, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen. Hasil penelitian dari analisis regresi linear menunjukkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini mendukung temuan dari Darmawan (2004) dan Ferrinadewi dan Djati (2004). Darmawan meneliti 119 penumpang rutin kapal feri penyeberangan Ujung-Kamal sebagai responden. Hasilnya adalah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan penumpang. Sedangkan Ferrinadewi dan Djati meneliti 204 pengguna jasa layanan bengkel mobil di Surabaya. Temuannya menyebutkan bahwa dimensi-dimensi kualitas jasa (reliability, responsiveness, assurance, empathy) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil di atas mendukung penelitian terdahulu dari S Pantja Djati “*Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan*” yang menunjukkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya, kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan

konsumen, dan kemudian kepercayaan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap kesetiaan konsumen. Konsumen yang puas akan loyal dan perusahaan mendapatkan laba dari hubungan yang terbina dalam jangka panjang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa orientasi pemasaran untuk kepentingan konsumen semakin terbukti dapat dijadikan sebagai dasar pembentukan kompetensi inti untuk menghadapi persaingan di sektor industri jasa yang sangat ketat. Yang menjadi persamaan dengan penelitian ini adalah peneliti ini juga meneliti tentang kinerja karyawan dan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti ini meneliti tidak hanya pada kepuasan konsumen tetapi juga pada kepercayaan dan kesetiaan konsumen.

Optimalnya kinerja karyawan sangat dipengaruhi oleh kepuasan kerja karyawan. Kepuasan karyawan berpengaruh terhadap komitmen karyawan, serta prestasi kerja karyawan (Djati dan Khusaini, 2003). Selain itu, karyawan yang puas sangat menguntungkan perusahaan sehingga mereka harus diberikan insentif-insetif yang dapat memicu semangat kerja serta membentuk kepuasan dalam bekerja. Karyawan yang tidak puas akan menyebabkan kekecewaan, hilangnya motivasi kerja, penurunan prestasi kerja, atau berujung karyawan meninggalkan pekerjaannya. Dampaknya adalah perusahaan diharuskan mengeluarkan biaya untuk melakukan proses rekrutmen karyawan baru. Kepuasan karyawan dan kepuasan konsumen berawal dari komitmen perusahaan memperlakukan karyawannya secara baik.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan konsumen dapat disajikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja karyawan pada PT. Labora Farma berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dibuktikan dari hasil Regresi Linear Berganda diperoleh nilai konstanta sebesar 4,774 dengan nilai signifikan sebesar 0,039 dan koefisien regresi sebesar 0,839 dengan nilai signifikan sebesar 0,001.
2. Kepuasan Konsumen pada PT. Labora Farma berdasarkan hasil penelitian *Nilai Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,745. Hal ini berarti bahwa 74,5% kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variable (X), sedangkan 25,5% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Bagi PT. Labora Farma khususnya mengenai kepuasan konsumen diharapkan agar selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan konsumen dalam cara melayani sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, karena semakin baik kualitas pelayanan dimata konsumen dan semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen maka akan semakin baik pula citra perusahaan di lingkungan masyarakat dan kinerja karyawan pun akan semakin meningkat dan memuaskan konsumen.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai rujukan dalam penelitian berikutnya mengenai kepuasan konsumen terhadap kinerja karyawan dengan mengembangkan variabel yang lebih luas dan bisa menambah variabel yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Anwar Prabu Mangkunegara. (2006). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Refika Aditama.
- A.F. Stoner, (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Andrew E. Sikula. (2000). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga. Bandung.
- Anwar Prabu Mangkunegara. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia*. Bandung: Penerbit Refika Aditama.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Bernardin & Russel. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Diterjemahkan oleh Bambang Sukoco. Bandung: Armico.
- Djati, S. Panca dan Khusaini, M. (2003). *Kajian Terhadap Kepuasan Kompensasi, Komitmen Organisasi, dan Prestasi Kerja*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*: Vol. 5, No. 1, Maret 2003: 25-41.
- Fandy, (2014). *Pemasaran Jasa -Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ferrinadewi, Erna & S.Pantja Djati (2004). Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen*. Vol.6 No.1, pp.15-26.
- Irawan, H. (2021). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kertajaya, (2007), *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Edisi Soft Cover, Mizan Media Utama, Bandung.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga
- Megginson, W.L., M.J. Byrd, and L.C. Megginson. (2000). *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook*. Third Ed. Irwin McGrawHill. Boston
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. (2008), "The commitment-trust theory of relationship marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.

Sugiyono, (2004), *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, Fandy. (2014), *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN

KONSUMEN PADA PT. LABORA FARMA

Petunjuk:

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberi satu jawaban disetiap pertanyaan.
3. Pilihlah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (4)

S = Setuju (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

Identitas Responden:

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

1. Kinerja Karyawan

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Apakah karyawan secara ramah dan professional dalam melayani konsumen?				
2	Apakah fasilitas dan pelayanan yang diberikan sudah lengkap dan sesuai?				
3	Apakah pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan konsumen?				
4	Apakah karyawan memberikan respon secara tepat terhadap kebutuhan konsumen?				
5	Karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan dalam waktu singkat				
6	Karyawan sangat disiplin dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang diberikan				
7	Karyawan PT. Labora Farma mampu beradaptasi dengan pegawai lain dan bekerja sama dengan baik				
8	Karyawan PT. Labora Farma mampu mengatasi masalah dengan baik tanpa adanya intruksi dari pimpinan				
9	Apakah penyampaian informasi yang diberikan konsumen kepada karyawan jelas?				
10	Apakah pelayanan admisnistrasi cepat dan tepat?				

2. Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Apakah karyawan bersedia membantu keperluan pelanggan?				
2	Apakah respon yang dilakukan dengan baik apabila ada <i>complain</i> ?				
3	Pelayanan yang diberikan sangat sesuai dengan yang diharapkan konsumen				
4	Apakah karyawan sangat memperhatikan kenyamanan konsumen				
5	Karyawan dapat memberikan pelayanan dengan disiplin dan tepat waktu				
6	Apakah karyawan memberikan perhatian terhadap pembeli obat?				
7	Apakah penyedia obat memberikan pengertian dan toleransi terhadap pembeli obat apabila terjadi masalah?				
8	Apakah diwaktu yang akan datang ada pembelian ulang obat yang sama?				
9	Apakah anda bersedia merekomendasikan kepada orang lain tentang kepuasan menggunakan obat yang ada di PT Labora Farma?				
10	Apakah anda bersedia tidak berpaling menggunakan obat ditempat lain selain yang ada di PT. Labora Farma?				

LAMPIRAN 2
DATA PENELITIAN

Tabel Distribusi Data Tentang Kinerja Karyawan

No	Data Variabel Kinerja Karyawan (Y)										Total
1	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	37
2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	29
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
6	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	14
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	35
9	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	32
12	4	3	3	3	1	1	3	3	3	3	27
13	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	29
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	1	4	2	4	4	4	4	3	34
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
20	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	32
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
23	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	16
24	3	3	4	3	4	3	3	2	3	2	30
25	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	33
26	1	2	3	2	1	1	2	2	3	3	20
27	1	3	1	3	4	2	4	2	3	1	24
28	1	2	4	1	3	1	3	1	2	2	20
29	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	30
30	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
31	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
32	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	35

15	2	4	1	4	4	4	4	1	1	4	29
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
17	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
20	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	32
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	18
24	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	26
25	3	3	4	4	3	3	1	1	2	3	27
26	4	4	1	2	3	4	1	2	3	4	28
27	3	2	3	2	3	4	1	2	1	1	22
28	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	23
29	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	29
30	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	36
33	3	4	3	2	1	4	3	1	4	3	28
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
36	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	34
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	4	2	3	2	2	3	4	2	3	2	27
41	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	32
42	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	31
43	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
44	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	34
45	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	34
46	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
47	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	34
48	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	35
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	34
Total	158	161	156	155	158	161	157	150	157	155	1568
Rata-rata	3,16	3,22	3,12	3,1	3,16	3,22	3,14	3	3,14	3,1	31,36

P.X.5	Pearson Correlation	.363**	.435**	.477**	.532**	1	.528**	.346*	.405**	.442**	.200	.652**
	Sig. (2-tailed)	.010	.002	<.001	<.001		<.001	.014	.004	.001	.164	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X.6	Pearson Correlation	.589**	.415**	.338*	.633**	.528**	1	.491**	.726**	.543**	.493**	.791**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	.016	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X.7	Pearson Correlation	.288*	.512**	.072	.554**	.346*	.491**	1	.564**	.451**	.386**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.042	<.001	.621	<.001	.014	<.001		<.001	.001	.006	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X.8	Pearson Correlation	.731**	.577**	.312*	.783**	.405**	.726**	.564**	1	.644**	.559**	.860**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.027	<.001	.004	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X.9	Pearson Correlation	.522**	.399**	.291*	.772**	.442**	.543**	.451**	.644**	1	.604**	.763**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	.041	<.001	.001	<.001	.001	<.001		<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.X.10	Pearson Correlation	.531**	.263	.374**	.521**	.200	.493**	.386**	.559**	.604**	1	.668**

	Sig. (2-tailed)	<.001	.065	.007	<.001	.164	<.001	.006	<.001	<.001		<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Kinerja Karya wan	Pearson Correlation	.805**	.703**	.565**	.888**	.652**	.791**	.623**	.860**	.763**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		P.Y. 1	P.Y. 2	P.Y.3	P.Y. 4	P.Y. 5	P.Y. 6	P.Y.7	P.Y.8	P.Y. 9	P.Y. 10	Kepuasan Konsumen
P.Y.1	Pearson Correlation	1	.486**	.551**	.400**	.405**	.538**	.299*	.434**	.472**	.400**	.662**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.004	.004	<.001	.035	.002	<.001	.004	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.2	Pearson Correlation	.486**	1	.412**	.525**	.497**	.593**	.520**	.538**	.430**	.676**	.781**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.003	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.3	Pearson	.551	.412	1	.516	.425	.412	.484**	.574**	.553	.301	.720**

	Correlation	**	**		**	**	**			**	*	
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003		<.001	.002	.003	<.001	<.001	<.001	.034	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.4	Pearson Correlation	.400**	.525**	.516**	1	.723**	.525**	.478**	.406**	.317*	.579**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.003	.025	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.5	Pearson Correlation	.405**	.497**	.425**	.723**	1	.578**	.499**	.536**	.241	.497**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	.002	<.001		<.001	<.001	<.001	.091	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.6	Pearson Correlation	.538**	.593**	.412**	.525**	.578**	1	.385**	.269	.266	.487**	.684**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.003	<.001	<.001		.006	.059	.062	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.7	Pearson Correlation	.299*	.520**	.484**	.478**	.499**	.385**	1	.583**	.511**	.509**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.035	<.001	<.001	<.001	<.001	.006		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.8	Pearson Correlation	.434**	.538**	.574**	.406**	.536**	.269	.583**	1	.544**	.406**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	<.001	.003	<.001	.059	<.001		<.001	.003	<.001

	tailed)		1			1				1		
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.9	Pearson Correlation	.472**	.430**	.553**	.317*	.241	.266	.511**	.544**	1	.470**	.662**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	<.001	.025	.091	.062	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P.Y.10	Pearson Correlation	.400**	.676**	.301*	.579**	.497**	.487**	.509**	.406**	.470**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	.034	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001		<.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.662**	.781**	.720**	.757**	.747**	.684**	.745**	.743**	.662**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

LAMPIRAN 4
UJI REABILITY

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	20

LAMPIRAN 5

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA (coefficients)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.774	2.248		2.124	.039
	Kinerja Karyawan (X)	.839	.070	.866	12.001	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

LAMPIRAN 6

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA (modal summary)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.750	.745	2.70156

a. Predictors: (Constant), Kinerja Karyawan (X)

RIWAYAT HIDUP



Tefi Vebriani Nabén. Tempat lahir Honuk pada tanggal 21 Februari 1999, dari pasangan Ayahanda Melianus Nabén dan Ibunda Ferderika Saidjan. Penulis masuk sekolah dasar pada tahun 2007 di SDN Honuk 1 dan tamat tahun 2012, tamat SMP Negeri 1 Honuk 2 tahun 2015, dan tamat SMA Negeri 1 Amfoang Barat Laut tahun 2018. Pada tahun yang sama (2018), penulis melanjutkan pendidikan program Diploma Tiga pada Akademik Manajemen Administrasi Yayasan Pura Kumala Yogyakarta dan tamat tahun 2021. Pada tahun yang sama (2021), penulis melanjutkan pendidikan Sastra 1 pada Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta dan selesai pada tahun 2023.