

**PENGARUH BUDAYA ORGANISASI, LINGKUNGAN KERJA,
MOTIVASI KERJA, DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP
KINERJA GURU MIN 1 KOTA BATAM**

Imas Sa'adah¹ Zulkifli² Oktavianti

Program Pascasarjana, Universitas Riau Kepulauan Batam, Indonesia

ABSTRAK

Imas Sada'ah,2023. Pengaruh Budaya Oganisasi, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja dan Displin Kerja Terhadap Kinerja Guru di MIN 1 BATAM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap kinerja guru. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain deskriptif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh guru di MIN 1 Kota Batam Tahun Pelajaran 2022/2023. Sampel dari penelitian ini sebanyak 41 guru. Data dari penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Sampling* Jenuh. Data diperoleh dengan menggunakan instrumen tes uraian dan instrumen angket yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Budaya Organisasi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja guru, Lingkungan Kerja berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja guru, *Motivasi Kerja* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja guru, dan Disiplin Kerja berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja guru. Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja guru.

Kata Kunci : Kinerja Guru, Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Disiplin Kerja .

ABSTRACT

Imas Sada'ah,2023. The influence of Organizational Culture, Work Environment, Work Motivation and Work Discipline on teacher performance in MIN 1 BATAM.

The purpose of this study is to analyze the influence of Organizational Culture, Work Environment, Work Motivation and Work Discipline on teacher performance. This research is a quantitative research using a descriptive design. The population of this study is all teachers in MIN 1 Batam City for the 2022/2023 academic year. The sample of this study was 41 teachers. Data from this study were obtained using questionnaires. The sampling technique is carried out by Saturated Sampling technique. Data were obtained using description test instruments and questionnaire instruments that have been tested for validity and reliability.

The results of the study can be concluded that Organizational Culture does not have a partial significant effect on teacher performance, the Work Environment has a partial significant effect on teacher performance, Work Motivation has a partial significant effect

on teacher performance, and Work Discipline has a partial significant effect on teacher performance. Work Environment, Work Motivation and Work Discipline together affect teacher performance.

Keywords : *Kinerja Guru, Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Disiplin Kerja.*

PENDAHULUAN

Kawasan Pengelolaan Limbah Industri-B3 (KPLI-B3) Kabil Batam adalah kawasan khusus milik BP Batam yang difungsikan sebagai lokasi pengelolaan limbah industri kategori limbah bahan berbahaya dan beracun (B3) yang terletak di Kabil, Kota Batam. Adapun layanan jasa sarana dan prasarana Kawasan Pengelolaan Limbah Industri-B3 (KPLI-B3) mencakup sewa lahan per m²/tahun, penyediaan jasa timbang, penyewaan ruang kantor, penyewaan forklift, penyewaan loading bay, fasilitas keamanan kawasan, kebersihan lingkungan kawasan, pemeliharaan jalan/drainase, lampu penerangan jalan, dan IPAL Kawasan. BP Batam sudah merencanakan perluasan KPLI sehingga dapat mengantisipasi kebutuhan lahan untuk pengembangan/Pengelolaan limbah B3. Dari 20 hektar kawasan yang ada saat ini, akan dikembangkan menjadi sekitar 60 hektar. Dari satu lokasi yang ada saat ini, ke depannya akan dikembangkan menjadi tiga sektor pengelolaan limbah B3 di kawasan ini. Lokasi pengembangan I seluas 167.753 m². Sementara lokasi pengembangan II seluas 263.481 m². Unit Usaha Pengelolaan Lingkungan mempunyai tugas melaksanakan penyusunan rencana strategi bisnis, rencana bisnis anggaran dan tarif, pengelolaan dan pelaksanaan kegiatan perusahaan di bidang lingkungan. Secara umum, bagi sebuah perusahaan yang berorientasi pada pasar, mereka tentunya akan mengalami permasalahan di aspek pemasaran. Secara definisi yang dikutip dari (Kotler, 2014) pemasaran merupakan proses sosial yang di dalam proses itu perusahaan memperoleh hal yang mereka butuhkan dengan menciptakan, mempromosikan, atau menukarkan produk serta jasanya yang bernilai dengan cara leluasa kepada pihak lain.

Physical evidence memberi kesempatan istimewa kepada perusahaan dalam mengirikan pesan yang kuat dan konsisten berkaitan dengan apa yang ingin dicapai, diberikan perusahaan kepada segmen pasar yang dituju, serta pesan berkaitan dengan karakteristik yang dimiliki (Sulaksono, 2018). Bukti fisik sangat penting dalam membentuk persepsi karena melalui bukti fisik ini konsumen siap untuk mengidentifikasi dan membandingkan suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Beberapa permasalahan yang dikemukakan di atas maka menjadi alasan peneliti untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh produk, harga, lokasi, promosi dan *physical evidence* Terhadap Kepuasan konsumen Pada KPLI B3 Kabil Batam”.

Tujuan Penelitian

Secara umum, budaya kerja yang kurang baik menciptakan lingkungan kerja yang kurang kondusif sehingga tidak bisa memberikan motivasi kepada para guru untuk bisa disiplin dalam bekerja. Hal ini bisa kita lihat dalam ketepatan penyelesaian administrasi pembelajaran, silabus pembelajaran. dan dalam tahap berikutnya yaitu tahap pelaksanaan pembelajaran, guru yang telah membuat dan menyelesaikan silabus bahan ajar tepat waktu lebih siap dalam memulai proses belajar mengajar. Dan selanjutnya guru akan punya alokasi waktu yang cukup untuk melakukan evaluasi di penghujung semester.

Masalah sosial kadang bisa sesederhana tidak menghormati antar warga sekolah. Ada beberapa pihak yang merasa lebih unggul dan menyepelkan pihak lain. Institusi sekolah sendiri merupakan wadah di mana orang-orang berkumpul, bekerja sama secara rasional dan sistematis, dalam memanfaatkan sumber daya organisasi secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Kerjasama yang terarah tersebut dilakukan dengan mengikuti pola interaksi antar setiap individu atau kelompok dalam berinteraksi ke dalam

maupun keluar organisasi. Pola interaksi tersebut diselaraskan dengan berbagai aturan, norma, keyakinan, nilai-nilai tertentu sebagaimana ditetapkan organisasi. Pola interaksi tersebut dalam waktu tertentu akan membentuk suatu kebiasaan bersama atau membentuk budaya organisasi yang senantiasa mengontrol anggota organisasi, dengan demikian budaya organisasi yang kuat menjadi pembentuk kinerja organisasi yang tinggi.

Budaya Organisasi, baik organisasi bisnis maupun organisasi pendidikan menjadi salah satu instrument yang penting dalam jalannya suatu organisasi agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan efektif sesuai dengan harapan yang ditetapkan. Dengan adanya budaya yang luas memberikan pengaruh yang kuat terhadap struktur dan fungsi organisasi. Setiap organisasi/institusi memiliki budaya organisasi yang berbeda-beda sekalipun mereka menjalankan fungsi yang sama. Sementara setiap individu dalam organisasi tidak lepas dari hakekat nilai-nilai budaya yang dianutnya, yang akhirnya akan bersinergi dengan perangkat organisasi, teknologi, sistem, strategi dan gaya hidup organisasi tersebut sehingga sumber daya manusia dalam organisasi harus diseimbangkan dan diselaraskan agar organisasi dapat tetap eksis dan berkembang mengikuti tuntutan zaman.

Menurut Robbins (2010) Budaya organisasi mengacu ke sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota, yang membedakan organisasi itu dari organisasi-organisasi lain. Sistem makna bersama ini, bila diamati dengan lebih seksama, merupakan seperangkat karakteristik utama yang dihargai oleh organisasi itu. Dapat dipahami bahwa terdapat proses kompleks dalam interaksi anggota organisasi yang membentuk budaya organisasi. Unsur yang mempengaruhi terhadap pembentukan budaya organisasi, yaitu Lingkungan usaha, Nilai-nilai, pahlawan, Ritual, Jaringan budaya. Unsur-unsur tersebut harus diperhatikan dalam suatu organisasi untuk dibentuk dan menerapkan nilai yang merupakan keyakinan dasar yang dianut bersama demi hasil suatu pencapaian tujuan organisasi.

Budaya organisasi harus mulai dibentuk, diterapkan, dan dikembangkan karena budaya organisasi merupakan pembentukan sifat, pola perilaku, dan nilai-nilai yang harus dipelajari, dan di mengerti yang dimiliki adalah semua anggota organisasi yang ada di madrasah, dan dapat diwariskan turun temurun dengan generasi generasi berikutnya bukan terciptanya dengan sendirinya, melainkan dibentuk terlebih dahulu.

Dari budaya organisasi yang positif akan membentuk lingkungan kerja yang kondusif, hal ini akan memberikan motivasi kesegnap guru guru di Madrasah dan Masyarakat yang ada dilingkungan Madrasah. Budaya menghargai/apresiasi akan merangsang seseorang guru untuk berprestasi ketika kinerjanya dihargai, apa lagi di berikan reward/penghargaan dari Kepala Madrasah, sebaliknya jika usahanya tidak dihargai maka dia tidak akan berupaya untuk berprestasi, melainkan akan menurun dan tidak ada semangat.

Berdasarkan observasi secara langsung ke MIN 1 Kota Batam, sebahagian guru di MIN 1 Kota Batam merasa kurang berkenan dengan budaya pengambilan keputusan yang terjadi dalam rapat, pengambilan keputusan ketika rapat berlangsung, keputusan rapat yang lebih dominan diambil oleh pimpinan (Kepala Madrasah) itu sendiri dibandingkan dengan masukan dari guru. Hal ini menurunkan motivasi kerja guru dalam bekerja karena guru juga membutuhkan hubungan harmonis, kerjasama, kekeluargaan dan sikap pengakuan dari kepala Madrasah atas pekerjaan yang telah dilakukan di Madrasah.

Dalam sebuah institusi di lembaga pendidikan, Madrasah sebagai induk kerja harus menyediakan lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif, yang mampu memicu para guru untuk bekerja dengan produktif. Penyediaan lingkungan kerja secara nyaman akan mampu

memberikan kepuasan kepada Semua guru terhadap pekerjaan yang dilakukan di Madrasah dan memberikan kesan yang mendalam bagi guru yang pada akhirnya guru akan termotivasi untuk mempunyai kinerja yang lebih baik. Penelitian mengenai lingkungan kerja yang dilakukan Srek (2013) menerangkan bahwa guru mengharapkan adanya lingkungan kerja yang nyaman yang bisa memanjakan guru dalam bekerja di Sekolah.

LANDASAN TEORI

Produk

Menurut Tjiptono (2018), Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminati, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Harga

Kotler dan Amstrong (2016) mendefinisikan harga sebagai jumlah keseluruhan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat yang didapatkan atau digunakannya atas produk barang dan atau jasa.

Lokasi

Dalam perekonomian seperti sekarang ini, *produsen* sudah tidak langsung menjual hasil produksinya kepada *konsumen*, akan tetapi dalam mengembangkan pangsa pasar, *produsen* banyak melalui berbagai tahapan perantara untuk memasarkan hasil produksinya, Budiwati (2018).

Promosi

Menurut Tjiptono (2018) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran yang dimaksud ialah kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, serta loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

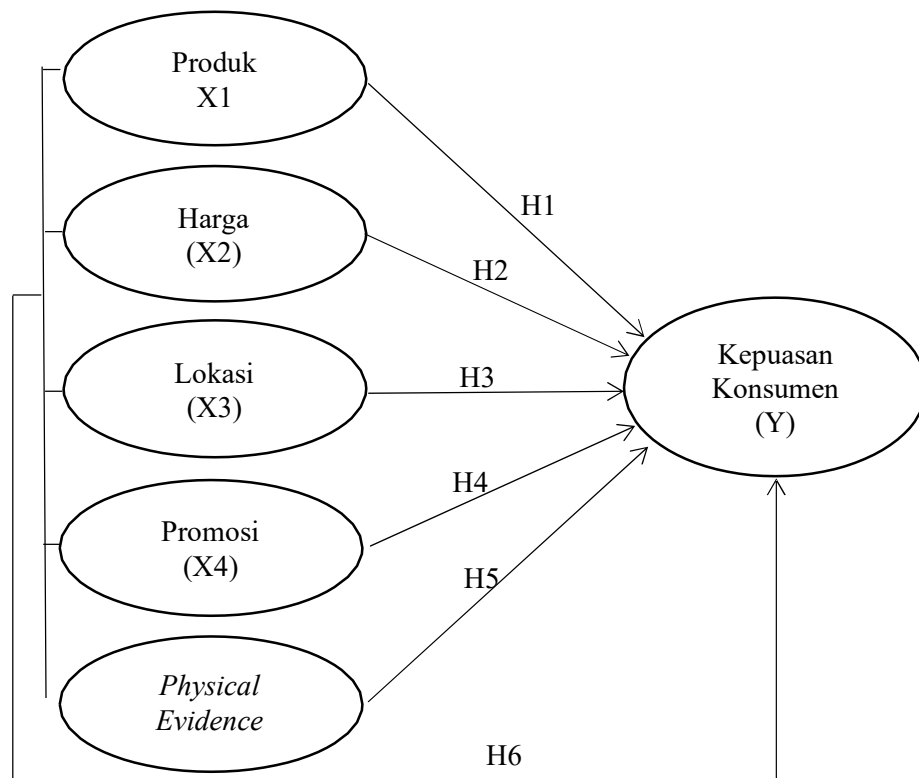
Physical Evidence

Menurut Sulaksono (2018) *Physical evidence* memberi kesempatan istimewa kepada perusahaan dalam mengirimkan pesan yang kuat dan konsisten berkaitan dengan apa yang ingin dicapai, diberikan perusahaan kepada segmen pasar yang dituju, serta pesan berkaitan dengan karakteristik yang dimiliki.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (2018) Faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen bisa saja datang dari *eksternal* perusahaan juga bisa datang dari *internal* perusahaan. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan final yang dimiliki seorang konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan berbagai pertimbangan- pertimbangan tertentu. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen menggambarkan seberapa jauh pemasar dalam usaha memasarkan suatu produk ke konsumen.

Kerangka Berfikir



Hipotesis Penelitian

Penelitian ini memiliki hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Diduga Produk berpengaruh *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3Kabil Batam.

H2: Diduga Harga berpengaruh *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3Kabil Batam.

H3: Diduga Lokasi berpengaruh *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3Kabil Batam.

H4: Diduga Promosi berpengaruh *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3Kabil Batam.

H5: Diduga *Physical Evidence* berpengaruh *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil Batam.

H6: Diduga Produk, Harga, Lokasi, Promosi, dan *Physical Evidence* berpengaruh *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil Batam.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Berdasarkan jenis masalah yang diteliti, teknik dan alat yang digunakan pada penelitian ini adalah Kuantitatif. Peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh antara produk, harga, promosi, lokasi dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil Batam.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada KPLI B3 Kabil Batam.

Sampel

Jumlah sampel yang digunakan adalah 53 responden.

Teknik Analisis Instrumen Uji Validitas

Mengukur tingkat validitas atau tidaknya suatu kuesioner dapat menggunakan nilai person, dimana persyaratan uji validitas menggunakan tabel R ($R \text{ tabel} > R \text{ hitung}$) maka dapat dinyatakan valid. Nilai validitas harus mempunyai nilai total skor (total skor dari nilai kuesioner) (Sunyoto, 2015).

Tabel. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Produk (X1)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	X1_1	0,569	0,361	Valid
2.	X1_2	0,774	0,361	Valid
3.	X1_3	0,610	0,361	Valid
4.	X1_4	0, 712	0,361	Valid
5.	X1_5	0,742	0,361	Valid
6.	X1_6	0,497	0,361	Valid

Tabel. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	X2_1	0,832	0,361	Valid
2.	X2_2	0,777	0,361	Valid
3.	X2_3	0,599	0,361	Valid
4.	X2_4	0,784	0,361	Valid
5.	X2_5	0,482	0,361	Valid
6.	X2_6	0,735	0,361	Valid
7.	X2_7	0,512	0,361	Valid
8.	X2_8	0,837	0,361	Valid

Tabel. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X3)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	X3_1	0,781	0,361	Valid
2.	X3_2	0,807	0,361	Valid
3.	X3_3	0,740	0,361	Valid
4.	X3_4	0,852	0,361	Valid
5.	X3_5	0,792	0,361	Valid
6.	X3_6	0,775	0,361	Valid

Tabel. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X4)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	X4_1	0,889	0,361	Valid
2.	X4_2	0,639	0,361	Valid
3.	X4_3	0,963	0,361	Valid
4.	X4_4	0,625	0,361	Valid
5.	X4_5	0,773	0,361	Valid
6.	X4_6	0,952	0,361	Valid

Tabel. 5

Hasil Uji Validitas Variabel *Physical Evidence* (X5)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	X_1	0,836	0,361	Valid
2.	X_2	0,860	0,361	Valid
3.	X_3	0,509	0,361	Valid
4.	X_4	0,701	0,361	Valid
5.	X_5	0,627	0,361	Valid
6.	X_6	0,925	0,361	Valid

Tabel. 6

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Y_1	0,889	0,361	Valid
2.	Y_2	0,639	0,361	Valid
3.	Y_3	0,963	0,361	Valid
4.	Y_4	0,625	0,361	Valid
5.	Y_5	0,773	0,361	Valid
6.	Y_6	0,952	0,361	Valid

Dari semua pernyataan masing-masing variabel (produk, harga, lokasi, promosi, dan *physical evidence*) dapat diketahui bahwa hasil uji validitas nilai r hitung lebih besar bila dibandingkan dengan r tabel yaitu nilai r hitung 0.361, maka kesimpulannya semua variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Butir pertanyaan dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten (Sunnyoto, 2015). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2013).

Berdasarkan nilai pada table berikut dibawah ini, maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan setiap variabel penelitian tersebut reliabel.

Tabel. 7

Hasil Uji Reliabilitas Angket Produk, Harga, Lokasi, , *Physical Evidence* dan Kepuasan Konsumen

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Produk	0.738	Reliabel
2	Harga	0.847	Reliabel
3	Lokasi	0.869	Reliabel
4	Promosi	0.887	Reliabel
5	<i>Physical Evidence</i>	0.861	Reliabel
6	Kepuasan Konsumen	0.891	Reliable

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *statistic parametis*. Proses analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS for Windows. Taraf tingkat toleransi kesalahan yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan Test Normality Kolmogorov- Smirnov. Santoso (2016),

Tabel. 8

Hasil Uji Normalitas menggunakan Test Normality Kolmogoro-Smirnov

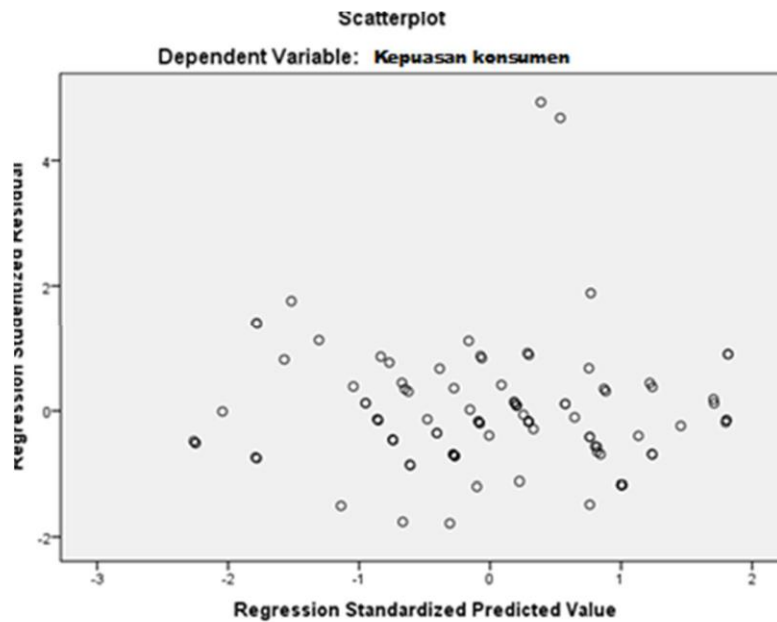
No	Variabel	Probabilitas	Kondisi	Keterangan
1.	Produk	0,307	>0,05	Normal
2.	Harga	0,265	>0,05	Normal
3.	Lokasi	0,274	>0,05	Normal
4.	Promosi	0,295	>0,05	Normal
5.	<i>Physical Evidence</i>	0,295	>0,05	Normal
6.	Kepuasan Konsumen	0,313	>0,05	Normal

Dapat dilihat bahwa nilai probabilitas (Asymp sig) variabel produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence* dan kepuasan konsumen $> 0,05$, dengan demikian semua data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal..

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut.

Gambar 1. Hasil uji *heteroskedastisitas scatterplot*



Dapat dilihat bahwa titik - titik tidak membentuk pola yang jelas, menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedistisitas dalam model regresi.

Uji Multikolinieritas

Menurut Umar (2019) Uji Multikolinieritas berguna untuk melihat tingkat korelasi diantara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda

Tabel. 9
Hasil Uji Multikolinieritas

No	Variabel	VIP	Kondisi	Tolerance	Kondisi
1.	Produk	3,355	<10,00	0,298	>0,10
2.	Harga	1,308	<10,00	0,765	>0,10
3.	Lokasi	1,997	<10,00	0,501	>0,10
4.	Promosi	1,246	<10,00	0,803	>0,10
5.	<i>Physical Evidence</i>	1,636	<10,00	0,611	>0,10

Dapat dilihat bahwa semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* >0,10, dan nilai VIF <10, sehingga dapat disimpulkan data penelitian tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Regresi Linear Berganda

Tabel. 10
Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients	B	Std. Error
Model				
1	(Constant)		-4.285	1.968
	PRODUK		.175	.063
	HARGA		.120	.050
	LOKASI		.310	.106
	PROMOTSI		.061	.093
	PHYSICAL EVIDENCE		.299	.084

Berdasarkan Tabel 10 diatas, persamaan regresi variabel produk, harga, lokasi, promosi dan *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = -4.525 + 0,175X_1 + 0,120X_2 + 0,310X_3 + 0,061X_4 + 0,299X_5 + e$$

Persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai stabil ialah - 4,525 intinya jikalau tidak terjalin pergantian elastis produk, harga, letak, advertensi serta physical evidence sehingga ketetapan pembelian pada KPLI B3 ialah - 4,525.
2. Nilai koefisien regresi elastis produk ialah 0,175 intinya jikalau elastis produc (X1) melambung sebesar 1 % dengan anggapan elastis bebas yang lainnya serta angka stabil ialah = 0 sehingga kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,175 tentang itu membuktikan apabila vaiabel produk berkontribusi positif kepada kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,175.
3. Nilai koefisien regresi elastis harga ialah 0,120 intinya jikalau elastis harga (X2) melambung sebesar 1 % dengan anggapan elastis bebas yang lainnya serta angka stabil ialah = 0 sehingga kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,120 tentang itu membuktikan apabila vaiabel harga berkontribusi positif kepada kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,175
4. Nilai koefisien regresi elastis letak ialah 0,310 intinya jikalau elastis letak (X3) melambung sebesar 1 % dengan 79 anggapan elastis bebas yang lainnya serta angka stabil ialah = 0 sehingga kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,175 tentang itu membuktikan apabila vaiabel letak berkontribusi positif kepada kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,310.
5. Nilai koefisien regresi elastis advertensi ialah 0,061 intinya jikalau elastis advertensi (X4) melambung sebesar 1 % dengan anggapan elastis bebas yang lainnya serta angka stabil ialah = 0 sehingga kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,061 tentang itu membuktikan apabila elastis advertensi berkontribusi positif kepada kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,061.
6. Nilai koefisien regresi elastis physical evidence ialah 0,299 intinya jikalau elastis physical evidence (X5) melambung sebesar 1 % dengan anggapan elastis bebas yang lainnya serta angka stabil ialah = 0 sehingga kesenangan pemakai pada KPLI B3 sebesar 0,299 tentang itu membuktikan apabila elastis physical evidence berkontribusi positif kepada kesenangan pemakai pada KPLI B3 Kabil sebesar 0,299.

Uji Hipotesis

Pengujian *hipotesis* dilakukan untuk melihat tingkat *signifikansi* pengaruh variabel produk, harga, lokasi, promosi dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian. Pengujian *hipotesis* secara *parsial* dapat dilakukan dengan menggunakan uji t, pada penelitian ini nilai t-tabel sebesar 1.981, sedangkan pengujian secara *simultan* dapat dilakukan dengan menggunakan uji F.

Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 11. Hasil uji t (parsial)

No	Variabel	T hitung	T tabel	signifikansi	keterangan
1	Produk	2,768	1,981	0,007	Signifikan
2	Harga	2,405	1,981	0,018	Signifikan
3	Lokasi	2,923	1,981	0,004	Signifikan
4	Promosi	0,655	1,981	0,514	Tidak Signifikan
5	<i>Physical Evidence</i>	3,568	1,981	0,001	Signifikan

- a. Pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai t hitung > t tabel yakni $2,768 > 1,981$ dan nilai *signifikansi* $< 0,05$ yakni

0,007<0,05 artinya variabel produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Maka H_0 di tolak dan H_a di terima.

- b. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai t hitung > t tabel yakni 2,405>1,981 dan nilai *signifikansi* <0,05 yakni 0,018<0,05 artinya variabel harga berpengaruh *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Maka H_0 di tolak dan H_a di terima.
- c. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai t hitung > t tabel yakni 2,923>1,981 dan nilai *signifikansi* <0,05 yakni 0,004<0,05 artinya variabel lokasi berpengaruh *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Maka H_0 di tolak dan H_a di terima.
- d. Pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai t hitung < t tabel yakni 0,655<1,981 dan nilai *signifikansi*>0,05 yakni 0,514 >0,05 artinya variabel promosi berpengaruh tidak *signifikan* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Maka H_0 di terima dan H_a di tolak.
- e. Pengaruh *physical evidence* terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Dari hasil uji t dapat dilihat bahwa nilai t hitung > t tabel yakni 3,568>1,981 dan nilai *signifikansi* <0,05 yakni 0,001 <0,05 artinya variabel *physical evidence* berpengaruh *signifikan* terhadap Kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil. Maka H_0 di tolak dan H_a di terima.

Hasil Uji F (Simultan)

Pada penelitian ini nilai f-tabel sebesar 2.110

Tabel 12. Hasil uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	849.268	3	121.324	68.985	.000 ^b
Residual	158.283	50	1.759		
Total	1007.551	53			

Nilai f hitung 68,985 dan nilai f tabel 2,110 artinya F hitung > F tabel maka hal ini menunjukkan bahwa *variabel* bebas secara bersama- sama berpengaruh *signifikan* terhadap variabel terikat. Maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya.

Tabel. 13

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel Produk, Harga, Lokasi, Promosidan *Physical Evidence* Terhadap Kepuasan Konsumen

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.843	.831	1.326

a. Predictors: (Constant), PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI, PHYSICAL EVIDENCE,

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Dari tabel. 13 pada nilai R² dapat di ketahui bahwa *variabel* bebas berpengaruh *kontribusi* terhadap variabel Y sebesar 0,843, sedangkan sisanya 0, 157 dijelaskan oleh variabel lain yang diluar dari variabel produk, harga, lokasi, promosi dan *physical evidence*.

PEMBAHASAN

Dari hasil *hipotesis* dapat dilihat bahwa nilai t hitung > t tabel yakni 2,768 > 1,981 dan nilai *signifikansi* < 0,05 yakni 0,007 < 0,05 artinya variabel produk mempengaruhi

Relevan kesenangan pelanggan pada KPLI B3 Kabil. Dari pemeriksaan itu membuktikan apabila fleksibel produk selaku salah satu fleksibel yang ikut memutuskan kesenangan pelanggan KPLI B3 Kabil, alhasil tesis yang bermakna tampak kuku produk kesenangan pelanggan didapat.

Dari hasil percobaan tesis sanggup ditilik apabila poin t kira > t grafik yaitu 2,405 > 1,981 serta poin relevansi < 0,05 yaitu 0,018 < 0,05 intinya fleksibel harga mempengaruhi relevan kesenangan pelanggan pada KPLI B3 Kabil. Dari pemeriksaan itu membuktikan apabila fleksibel harga selaku salah satu fleksibel yang ikut memutuskan kesenangan pelanggan KPLI B3 Kabil, alhasil tesis yang bermakna tampak kuku harga kesenangan pelanggan diterima.

Dari hasil percobaan tesis sanggup ditilik apabila poin t kira > t grafik yaitu 2,923 > 1,981 serta poin relevansi < 0,05 yaitu 0,004 < 0,05 intinya fleksibel posisi mempengaruhi relevan kesenangan pelanggan pada KPLI B3 Kabil. Dari pemeriksaan itu membuktikan apabila fleksibel posisi selaku salah satu fleksibel yang ikut memutuskan kesenangan pelanggan pada KPLI B3 Kabil, alhasil tesis yang bermakna tampak kuku posisi kesenangan pelanggan diterima.

Dari hasil percobaan tesis sanggup ditilik apabila poin t kira < t grafik yaitu 0,655 < 1,981 serta poin *signifikansi* > 0,05 yaitu 0,514 > 0,05 intinya fleksibel advertensi mempengaruhi tidak signifikan kesenangan pelanggan pada KPLI B3 Kabil. Dari pemeriksaan itu membuktikan apabila fleksibel advertensi selaku salah satu fleksibel yang ikut memutuskan kesenangan pelanggan di KPLI B3 Kabil. kendatipun tidak signifikan, alhasil tesis yang bermakna tampak kuku advertensi kesenangan pelanggan diterima.

Pengaruh *physical evidence* kesenangan pelanggan pada KPLI B3 Kabil. Dari hasil tesis sanggup ditilik apabila poin t kira > t grafik yaitu 3,568 > 1,981 serta poin *signifikansi* < 0,05 yaitu 0,001 < 0,05 intinya fleksibel *physical evidence* mempengaruhi signifikan kesenangan pelanggan pada KPLI B3 Kabil. Dari pemeriksaan itu membuktikan apabila fleksibel *physical evidence* selaku salah satu fleksibel yang ikut memutuskan kesenangan pelanggan pada KPLI B3 Kabil, alhasil tesis yang bermakna tampak kuku variable *physical evidence* kesenangan pelanggan diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil Batam.

2. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 KabilBatam.
3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 KabilBatam.
4. Promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3Kabil Batam.
5. *Physical evidence* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3Kabil Batam.
6. *Produk, harga, lokasi, promosi* dan *physical evidence* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil Batam.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka disarankan ataupun masukan sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil dapat dilakukan dengan cara peningkatan kesesuaian harga dengan daya beli, peningkatan kesesuaian harga dengan kualitas produk, potongan harga dan pemenuhan *cashback* jika terjadi kerusakan produk sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen
2. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil dapat dilakukan dengan cara peningkatan akses yang mudah menuju lokasi, peningkatan *visibilitas*, pemenuhan ketersediaan tempat parkir, lokasi yang luas serta peningkatan keamanan di lokasi sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil dapat dilakukan dengan cara peningkatan kuantitas promosi, peningkatan media promosi yang bervariasi, serta peningkatan penyediaan dana khusus promosi sehingga akan meningkat
4. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil dapat dilakukan dengan cara peningkatan tampilan kawasan yang menarik, peningkatan kebersihan, serta peningkatan kenyamanan..
5. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada KPLI B3 Kabil dapat dilakukan dengan cara peningkatan kualitas produk dan peningkatan banyaknya variasi produk sehingga akan meningkatkan kepuasan konsumen.