

Pengaruh Efektivitas pengawasan terhadap kinerja Pegawai dengan kualitas SDM sebagai variable intervening di Kantor Kecamatan Buyasari Kabupaten Lembata

Siti Sauda Rambe, Syarifuddin, Fitriningsih Amalo
Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Kupang, Indonesia
Email:

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Efektivitas Pengawasan Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Kualitas SDM Sebagai Variabel Intervening Di Kantor Kecamatan Buyasuri Kabupaten Lembata. Karena setiap instansi dalam melakukan aktivitasnya dan untuk mencapai tujuan selalu dihadapkan pada suatu masalah baik datang dari dalam maupun luar instansi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang digunakan dengan menyebarkan angket atau kuesioner kepada pegawai Kantor Camat Buyasuri Kabupaten Lembata. Populasi dalam penelitian ini adalah 35 orang pegawai. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampel jenuh yaitu dengan menggunakan seluruh populasi penelitian dijadikan sebagai sampel penelitian. Data tersebut diolah dalam bentuk data numerik (angka) dengan menggunakan skala likert. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka. Data diproses dengan menggunakan Spss versi 25 for Windows. Metode analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa Hasil analisis uji t untuk variabel Pengaruh Pengawasan menunjukkan nilai t sebesar 5,906 dan tingkat signifikan 0,000, lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0,05 (5%) maka keputusan yang diambil adalah menolak hipotesis nol (H_0), artinya secara parsial variabel Pengaruh Efektivitas Pengawasan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Pegawai pada kantor Kecamatan Buyasuri Kabupaten Lembata. Hasil analisis uji t untuk variabel Kualitas SDM menunjukkan nilai t sebesar 4,672 dan tingkat signifikan 0,001, lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0,05 (5%) maka keputusan yang diambil adalah menolak hipotesis nol (H_0), artinya secara parsial variabel Kualitas SDM mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja Pegawai pada kantor Kecamatan Buyasuri Kabupaten Lembata.

Kata Kunci : Pengaruh Efektivitas Pengawasan, Kinerja Pegawai, dan Kualitas SDM.

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of supervision effectiveness on employee performance with human resource quality as an intervening variable in the Buyasuri District Office, Lembata Regency. Because every agency in carrying out its activities and to achieve goals is always faced with a problem both from inside and outside the agency. The data used in this study is primary data used by distributing questionnaires or questionnaires to employees of the Buyasuri Sub-district Office, Lembata Regency. The population in this study is 35 employees. The sampling technique using saturated samples is by using the entire research population as a research sample. The data is processed in the form of numerical data (numbers) using the Likert scale. The data collection methods in this study are questionnaires and literature studies. The data is processed using Spss version 25 for Windows. The data analysis method using the quantitative method is by using multiple linear regression analysis. The results of the study prove that the results of the t-test analysis for the Supervisory Effect variable show a t-value of 5.906 and a

significant level of 0.000, smaller than the alpha level used, which is 0.05 (5%), so the decision taken is to reject the null hypothesis (H_0), meaning that partially the variable of the Influence of Supervisory Effectiveness has a positive and significant influence on the Employee Performance variable at the Buyasuri District office, Lembata Regency. The results of the t-test analysis for the HR Quality variable showed a t-value of 4.672 and a significant level of 0.001, smaller than the alpha level used, which was 0.05 (5%), then the decision taken was to reject the null hypothesis (H_0), meaning that partially the HR Quality variable had a positive and significant influence on the Employee Performance variable at the Buyasuri District office, Lembata Regency

Keywords: *The Effect of Supervision Effectiveness, Employee Performance, and Human Resources Quality*

Pendahuluan

Di setiap organisasi selalu berkeinginan agar tujuannya dapat tercapai dimana indikator ketercapaiannya adalah ketika apa yang direncanakan dapat terlaksanakan, baik untuk jangka panjang. Agar apa yang direncanakan dapat terlaksanadengan baik, maka dibutuhkan peran serta secara aktif dari segenap komponen yang ada dalam organisasi karena prestasi organisasi hanya mungkin diraih manakala setiap elemen dalam organisasi berupaya untuk memberikan kontribusi terbaiknya. Untuk mengukur besar kecilnya kontribusi yang telah diberikan, maka diperlukan adanya penilaian kinerja dalam masing masing komponen dalam organisasi.

Kegiatan organisasi tidak akan berjalan tanpa adanya keterlibatan unsur manusia yang ada didalamnya. Unsur pengendalian ada pada manusia, sehingga pada akhirnya di banding dengan faktor faktor yang lain, maka manusia merupakan unsur yang paling menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi. Tercapainya tujuan suatu lembaga atau organisasi tidak hanya tergantung pada peralatan modern, sarana dan prasarana yang lengkap, betapapun semampunya aspek teknologi dan ekonomi, tanpa aspek manusia sulit kiranya tujuan tujuan organisasi dapat dicapai, tergantung pada manusia yang

melaksanakan pekerjaan tersebut. Manusia merupakan sumber daya paling dalam usaha organisasi mencapai keberhasilan. Sumber daya manusia ini menunjang organisasi dengan karya, bakat, kretifitas dan dorongan. Manusia sebagai salah satu unsur produksi merupakan faktor paling penting dan utama didalam segala bentuk organisasi. Faktor penting disini sifatnya kompleks sehingga perlu perhatian, penanganan, dan perlakuan khusus disamping faktor produksi yang lain.

Faktor pertama pendukung untuk terciptanya kinerja pegawai yang baik diperlukan komitmen organisasi. Pegawai yang memiliki komitmen yang tinggi pada organisasinya, biasanya akan memberikan seluruh kemampuan dan keterampilannya untuk organisasi tempat ia bekerja agar organisasi tersebut mencapai tujuannya dan berjalan kearah yang lebih baik lagi, dan tentunya juga berpengaruh terhadap meningkatnya kinerja pada pegawai tersebut.

Faktor penentu terciptanya kinerja pegawai yang kedua adalah motivasi kerja. Dalam mencapai tujuannya, organisasi perlu melakukan sesuatu agar sumber daya manusianya mau bekerja semaksimal mungkin. Salah satu cara agar pegawai terdorong semangatnya dalam melakukan pekerjaannya adalah dengan memberikan motivasi.

Sumber Daya Manusia secara sederhana yaitu sekelompok orang atau individu yang bekerja

pada suatu perusahaan atau instansi pemerintah yang disebut dengan personil atau karyawan, pegawai dan yang lainnya. Kemudian Sumber Daya manusia dalam arti luas yaitu sebagai Aset utama organisasi yang harus dikelola dengan baik, jadi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang sifatnya lebih strategis bagi SDM dalam organisasi bisnis dapat dikolaborasi dari segi teori sumber daya, di mana fungsi organisasi dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah sistem informasi sumber daya manusia yang diterapkan tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai dengan melalui kepuasan kerja pegawai dalam menggunakan sistem informasi tersebut. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi organisasi dalam meningkatkan kinerjanya sehingga sistem informasi sumber daya manusia yang diterapkan dan dimiliki oleh organisasi dapat berjalan secara efektif dan tentunya memberikan pengaruh yang baik bagi kinerja organisasi.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Pengawasan

Menurut Fahmi dalam Erlis Milta ddk (2015, p.653) pengawasan dapat di definisikan sebagai cara suatu organisasi mewujudkan kinerja yang efektif dan efisien serta lebih jauh mendukung terwujudnya visi dan misi organisasi. Menurut Moekizat dalam Satriadi (2015, p.289) pengawasan adalah hal yang dilakukan, artinya hasil pekerjaan, menilai hasil pekerjaan tersebut, dan apabila perlu mengadakan tindakan-tindakan perbaikan sehingga hasil pekerjaan sesuai dengan rencana.

Pengawasan adalah kegiatan atau proses untuk mengetahui hasil pelaksanaan,

kesalahan, kegagalan untuk memperbaiki kemudian dan mencegah terulang kembali kesalahan kesalahan bahkan lebih dari pada itu sebagaimana dikemukakan oleh Kambey dalam sadik (2013) di tunjukan juga sebagai acuan dalam memperbaiki kesalahan dengan mempelajari letak kelemahan atau kesalahan yang tercipta untuk kemudian diperbaiki diwaktu mendatang.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengawasan

menurut Handoko dalam Jufrizen (2016) yaitu :

- a. Kebutuhan manajer untuk mendelegasikan wewenang Bila manajer mendelegasikan wewenang kepada bawahannya tanggung jawab atasan itu sendiri tidak berkurang.
- b. Perubahan lingkungan organisasi Berbagai perubahan lingkungan organisasi terjadi terus-menerus dan tidak dapat dihindari, seperti munculnya inovasi produk dan pesaing baru
Selain factor budaya, perilaku pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh factor sosial diantaranya sebagai berikut: (1) Kelompok acuan; (2) Keluarga; (3) Peran dan status
- c. Peningkatan kompleksitas organisasi Semakin besar organisasi semakin memerlukan pengawasan yang lebih formal dan hati-hati.
- d. Kesalahan-kesalahan Bila para bawahan tidak pernah membuat kesalahan, manajer dapat secara sederhana melakukan fungsi pengawasan.

Pengertian Kinerja Pegawai

Menurut Siswanto (dalam Muhammad Sandy, 2015:11) kinerja ialah prestasi yang dicapai oleh seseorang dalam melaksanakan tugas dan pekerjaan yang diberikan kepadanya. Rivai (Muhammad Sandy, 2015:12) memberikan pengertian bahwa kinerja atau prestasi kerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran

atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan disepakati bersama.

Manfaat Penilaian Kinerja

Manfaat penilaian kinerja menurut Notoatmodjo (2003:94), adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan prestasi kerja
Dengan adanya penilaian, baik manajer maupun karyawan memperoleh umpan balik, dan mereka dapat memperbaiki pekerjaan mereka
- b. Kesempatan kerja yang adil
Dengan adanya penilaian kerja yang akurat, akan menjamin setiap karyawan akan memperoleh kesempatan menempati posisi pekerjaan sesuai dengan kemampuannya
- c. Kebutuhan-kebutuhan pelatihan pengembangan
Melalui penilaian prestasi kerja, akan dideteksi karyawan-karyawan yang kemampuannya rendah, dan kemudian memungkinkan adanya program pelatihan untuk meningkatkan kemampuan mereka
- d. Penyesuaian kompensasi
Penilaian prestasi kerja dapat membantu para manajer untuk mengambil keputusan dalam menentukan perbaikan pemberian kompensasi, gaji, bonus, dan sebagainya.
- e. Keputusan-keputusan promosi dan demosi.
Hasil penilaian prestasi kerja terhadap karyawan dapat digunakan untuk mengambil keputusan untuk mempromosikan karyawan yang berprestasi baik, dan demosi untuk karyawan yang berprestasi jelek.
- f. Kesalahan-kesalahan desain pekerjaan
Hasil penilaian prestasi kerja dapat

digunakan untuk menilai desain kerja, artinya, hasil penilaian prestasi kerja ini dapat membantu mendiagnosis kesalahan-kesalahan desain kerja.

- g. Penyimpangan-penyimpangan proses rekrutmen dan seleksi.
Penilaian prestasi kerja dapat digunakan untuk menilai proses rekrutmen dan seleksi karyawan yang telah lalu. Prestasi kerja yang sangat rendah bagi karyawan baru adalah mencerminkan adanya penyimpangan-penyimpangan proses rekrutmen dan seleksi.

Pengertian Sumber Daya Manusia

Menurut Wirawan (2015), kualitas SDM merupakan perpaduan antara kemampuan fisik (kesehatan) dan kemampuan non fisik (kemampuan bekerja, berfikir, mental, dan keterampilan keterampilan lainnya) yang dimiliki oleh seseorang individu sehingga mereka mampu untuk bekerja, berkreasi, berpotensi di dalam organisasi.

Sumber daya manusia yang berkualitas sesuai kebutuhan pekerjaan akan meningkatkan efektivitas kerja karyawan. Simon (2018) menyatakan bahwa kemampuan sumber daya manusia secara signifikan berpengaruh terhadap efektivitas kerja, dimana semakin tinggi kemampuan sumber daya manusia, maka efektivitas kerja juga semakin tinggi.

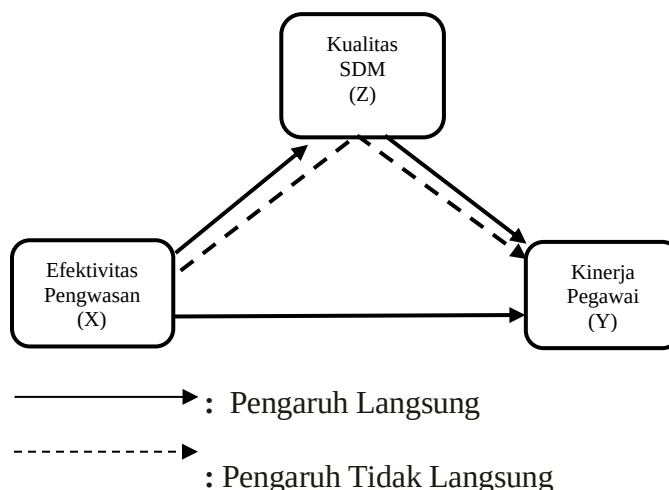
Indikator Kualitas Sumber Daya Manusia

Menurut M. Dawan Rahardjo (2010:18) mengatakan bahwa indikator dari kualitas sumber daya manusia adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Intelektual (Pengetahuan dan Keterampilan) meliputi :
 - a. Memiliki pengetahuan dan keterampilan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang

- sesuai dengan tuntunan industrialisasi.
- b. Memiliki pengetahuan bahasa, meliputi bahasa nasional, bahasa daerah dan sekurang-kurangnya satu bahasa asing
2. Pendidikan
 - a. Memiliki kemampuan pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi.
 - b. Memiliki tingkat ragam dan kualitas pendidikan serta keterampilan yang relevan dengan memperhatikan dinamika lapangan kerja baik yang di tingkat lokal, nasional maupun internasional.

Kerangka Teoritis



Perumusan Hipotesis

Berdasarkan deskripsi teoritis dan kerangka berpikir diatas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Diduga efektivitas pengawasan berpengaruh terhadap kualitas SDM pada Kantor Camat Buyasuri Kab. Lembata
- H2: Diduga efektivitas pengawasan berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat Buyasuri Kab. Lembata
- H3: Diduga kualitas SDM berpengaruh terhadap kinerja pegawai pada Kantor Camat

Buyasuri Kab. Lembata

H4: Diduga efektivitas pengawasan berpengaruh terhadap kinerja melalui kualitas SDM sebagai variabel intervening pada Kantor Camat Buyasuri Kab. Lembata

Metode

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sasaran dalam penelitian ini adalah Kantor Camat Buyasuri Kab. Lembata

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dengan sumber datanya adalah data primer. Data primer tersebut dikumpulkan secara khusus dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sebagai sumber pertama yang menjadi subyek penelitian. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Sumber daya manusia, Efektivitas pengawasan, dan Kinerja pegawai berdasarkan konsep teori yang telah dikemukakan sebelumnya.

Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu satu variabel independen yaitu efektivitas pengawasan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kualitas sumber daya manusia. Dan juga variabel intervening dalam penelitian ini adalah kinerja pegawai. Berikut ini adalah definisi operasional dari variabel dependen, independen dan intervening dalam penelitian ini.

- 1) Kinerja pegawai(Y) Hasil pencapaian yang dapat dilaksanakan oleh seseorang baik kualitas maupun kuantitas yang akan dicapai karyawan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.
- 2) Efektivitas Pengawasan (X1) Usaha yang dilakukan oleh atasan untuk menjamin bahwa pekerjaan yang dilakukan sesuai tujuan yang telah direncanakan dahulu,

apakah terjadi penyimpangan serta mengambil tindakan perbaikan.

- 3) Disiplin Kerja (X2) kesadaran seseorang untuk mentaati semua peraturan dan normanorma sosial di perusahaan atau organisasi yang berlaku.

Populasi dan Sampel

- a. Populasi
Populasi dalam penelitian ini adalah 35 pegawai di Kantor Kecamatan Buyasuri Kabupaten Lembata.
- b. Sampel
Sampel dalam penelitian ini adalah 35 sampel yang dilakukan sehingga data yang diperoleh lebih representatif maka jumlah responden itu 35 responden.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan menggunakan alat bantu berupa software komputer program SPSS. SPSS (Statistical Package for Social Sciences) adalah sebuah program komputer yang digunakan untuk menganalisis sebuah data dengan analisis statistik, SPSS yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 21.0.

Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t untuk menguji secara parsial apakah variabel bebas (efektivitas pengawasan, kinerja pegawai dan kualitas SDM) terhadap nilai variabel terikat (Y) Untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan dilakukan uji t.

- a) Nilai t-hitung > t-tabel T hitung dapat diperoleh melalui uji manual (menghitung sendiri) ataupun melalui hasil perolehan data seperti SPSS (pada tabel coefficient dengan nama t), sedangkan t tabel

diperoleh hanya dengan melihat nilai pada tabel t.

- 2) Nilai signifikan harus < derajat kepercayaan (umumnya derajat penelitian 0,05).

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen (X) terhadap dependen (Y) secara serentak atau bersama-sama.

- 1) Nilai F hitung > F tabel F hitung dapat diperoleh melalui uji manual (menghitung sendiri) ataupun melalui hasil pengolahan data seperti SPSS (pada tabel ANOVA dengan nama F).

- 2) Signifikan Fhitung < derajat kepercayaan penelitian (0,05 pada umumnya). Nilai signifikansi dapat diperoleh melalui manual maupun melalui hasil pengolahan SPSS (pada tabel ANOVA dengan nama sign).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Pengujian kuesioner sebagai instrument penelitian, dapat dilakukan dengan uji validitas. Pada uji validitas, suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila, mampu mengukur apa yang ingin diukur pada suatu penelitian dan dapat mengungkapkan data-data dari variabel-variabel yang diteliti pada penelitian secara tetap. Hasil uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian yang dipakai dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dasar pengambilan keputusan berpedoman pada pendapat sugiyono (2009) yang menyatakan bahwa jika koefisien korelasi (r) lebih besar 0,3 maka item pernyataan dalam instrumen penelitian

dinyatakan valid, sedangkan jika koefisien korelasi lebih kecil dari 0,3 maka item pernyataan dalam instrumen penelitian tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Uji reliabilitas dilakukan terhadap 35 responden, menggunakan program SPSS versi 25 for windows.

Analisis Data

a. **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear. Uji asumsi klasik penting dilakukan untuk menghasilkan estimator yang linear tidak bias dengan variabel minimum, yang berarti model regresi tidak mengandung masalah. Tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji yang harus dipenuhi terlebih dahulu.

- 1) Variabel independen yang digunakan dalam penelitian adalah merek, harga dan promosi.
- 2) Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian adalah keputusan membeli konsumen.

b. Definisi Operasional

Defenisi Operasional yaitu:

- 1) Merek sebagai variabel bebas (X1), merupakan identitas dari produk yang jual pedangan;
- 2) Harga sebagai variabel bebas (X2), merupakan nilai suatu barang dan jasa yang diukur dengan uang oleh seorang penjual/pedagang;
- 3) Promosi sebagai variabel bebas (X3), merupakan penyampaian penjual akan produk/barang yang dijual kepada konsumen; dan
- 4) Variabel dependen (Y), keputusan membeli konsumen merupakan keputusan dari konsumen dalam menentukan apakah akan membeli suatu barang atau tidak.

Populasi Dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah 50 orang pembeli (konsumen) yang dating di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

b. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi dalam penelitian ini.

Teknik Analisis Data Dan Uji Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat maka penulis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi

23. Dengan rumusan sebagai berikut(Sugiyono, 2009: 277):

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

Keterangan:

Y : Variabel Keputusan Membeli
 X1 : Variabel Merek
 X2 : Variabel Harga
 X3 : Variabel Promosi
 b1 : Koefisien regresi variabel Merek
 b2 : Koefisien regresi variabel Harga
 b3 : Koefisien regresi variabel Promosi
 e : Faktor pengganggu/error terms

Pengujian Hipotesis

1. Uji T (Uji secara persial)

Menguji pengaruh secara parsial dari variabel bebas, yaitu merek (X1), harga (X2) dan promosi (X3) secara bersama-sama terhadap keputusan membeli konsumen (Y) sebagai variabel terikat (SPSS versi 23).

Kriteria pengujian hipotesis dalam Uji Regresi secara Parsial (Uji t) adalah sebagai berikut:

H_a diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $p \geq \alpha$ di mana $\alpha = 0,05$ (5%)

H_o ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p > \alpha$ di mana $\alpha = 0,05$ (5%)

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik menunjukkan apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis yang menyatakan: merek (X1), harga (X2) dan promosi (X3) bersama-sama secara signifikan mempunyai pengaruh terhadap keputusan membeli konsumen (Y). Ini dilakukan dengan menggunakan *Statistical Package Service Solution* (SPSS) versi 23).

Kriteria pengujian hipotesis dalam Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (uji F) adalah:

H_a diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, atau $p \geq 0,05$

H ditolak jika $F > F$, atau $p <$

o
0,05

hitung

tabel

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya pengaruh variabel independen secara bersama-sama, yaitu: merek (X1), harga (X2) dan promosi (X3), terhadap variabel dependen, yaitu keputusan membeli konsumen (Y), atau seberapa jauh variabel-variabel independen dapat menerangkan variasi variabel dependen, dapat diketahui dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi ganda (R^2). Hal ini dapat diketahui dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi ganda (R^2). Koefisien Determinasi (R^2) dengan tiga variabel bebas di hitung menggunakan aplikasi *software* statistik (SPSS versi 23).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Tabel Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,178	,423		,420	,677
Merek	,302	,104	,322	2,906	,006
Harga	,582	,128	,542	4,566	,000
Promosi	,057	,093	,073	,615	,542

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Berdasarkan hasil analisis SPSS versi 23, maka hasil yang diperoleh dimasukkan dalam persamaan sebagai berikut:

$Y = 0,178 + 0,302 + 0,582 + 0,057$
 Persamaan regresi ini memberikan makna bahwa:

$a = 0,178$ angka ini menunjukkan bahwa jika variable merek, harga dan promosi dalam keadaan konstant atau tetap maka keputusan membeli konsumen secara statistik sebesar 17,8%.

$b_1 = 0,302$ artinya jika merek mengalami peningkatan sebesar 1%, maka keputusan membeli konsumen mengalami peningkatan sebesar 30,2% dengan asumsi variabel lain konstan

$b_2 = 0,582$ artinya jika harga mengalami peningkatan sebesar 1%, maka keputusan

Berdasarkan hasil dari penelitian pada pengaruh merek, harga dan promosi terhadap keputusan membeli konsumen maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variable independen dan variable dependen. maka digunakan perhitungan persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS versi 23 (Statistical Problem Service Solution)* dengan terlebih dahulu membuat tabel regresi variabel independen yaitu Merek (X1), Harga (X2), Promosi (X3) variabel dependen yaitu Keputusan Membeli konsumen (Y). hasil pengolahan data adalah sebagai berikut:

membeli konsumen mengalami peningkatan sebesar 58,2%

$b_3 = 0,057$ artinya jika promosi mengalami peningkatan sebesar 1%, maka keputusan membeli konsumen mengalami peningkatan sebesar 0,57%.

2. Uji Hipotesis secara Parsial (Ujit)

Hasil analisis uji hipotesis uji t dengan menggunakan program *SPSS versi 23*, didapatkan hasil yang ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Hasil analisis uji hipotesis uji “t” dengan menggunakan program *SPSS versi 23*, menunjukkan, variabel merek dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli konsumen, namun variabel promosi

secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Membeli konsumen.

- Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen, yang ditunjukkan dengan nilai $t = 2,906$ atau t_{hitung} sebesar $2,906 > 2,011$ dan nilai signifikansi sebesar $0,006$ atau $0,006 < 0,05$. Artinya dalam membeli suatu produk/barang konsumen memperhatikan merek dari produk yang mereka beli.
- Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen, yang ditunjukkan dengan nilai $t = 4,566$ yaitu t_{hitung} sebesar $4,566 > 2,011$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000$ atau $0,000 < 0,05$. Artinya saat konsumen membeli suatu produk/barang harga juga berpengaruh dalam keputusan

konsumen dalam menentukan pembelian.

- Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen, yang ditunjukkan dengan nilai $t = 0,615$ yaitu t_{hitung} sebesar $0,615 < 2,011$ dan nilai signifikansi sebesar $0,542$ atau $0,542 > 0,05$. Dimana promosi yang dilakukan oleh penjual tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen, karena konsumen akan membeli barang sesuai dengan kemampuan mereka dan merek apa yang sering mereka gunakan.

3. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Hasil analisis uji hipotesis uji F dengan menggunakan program SPSS versi 23, didapatkan hasil yang ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	7,023	3	2,341	11,759	,000 ^b
Residual	9,157	46	,199		
Total	16,180	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli

b. Predictors: (Constant), Promosi, Merek, Harga

Hasil uji statistik berdasarkan perhitungan Anova menunjukkan nilai $F = 11,759$ yaitu $11,759 > 2,80$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ atau $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat alpha yang digunakan, yaitu 5% atau 0,05. Maka ketiga variabel bebas secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen sangat

ditentukan oleh naik turunnya ketiga variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu merek (X1), harga (X2), dan promosi (X3).

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil analisis dengan menggunakan program SPSS, didapatkan hasil R^2 yang ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,659 ^a	,434	,397	,44617	2,465

- a. Predictors: (Constant), Promosi, Merek, Harga
- b. Dependent Variable: Keputusan Membeli

Berdasarkan hasil analisis, terlihat bahwa nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,434. Hal ini berarti bahwa kontribusi variabel saluran distribusi, harga, dan

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Merek terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang

Dari hasil uji statistik (uji t) dengan nilai sebesar 2,906 atau t_{hitung} sebesar $2,906 > 2,011$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 atau $0,006 < 0,05$. nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat alpha yang digunakan 5% (0,05). keputusan yang diambil adalah menerima hipotesis (H_a), bahwa secara parsial variable merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen. Hasil ini sesuai dengan hipotesis kedua yang diajukan, yang menyatakan variabel merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variable keputusan membeli konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

Dari uraian di atas terlihat bahwa terdapat pengaruh positif antara merek terhadap keputusan membeli konsumen. Keputusan konsumen membeli atau tidak suatu barang tergantung dari merek apa yang sering digunakan oleh konsumen dan barang yang disediakan penjual.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang

Dari hasil uji statistik menunjukkan bahwa nilai t sebesar 4,566 atau t_{hitung} sebesar $4,566 > 2,011$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau $0,000 < 0,05$. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat alpha yang digunakan 5% (0,05). Maka keputusan dari hasil uji statistik adalah menerima hipotesis alternatif (H_a), yang menyatakan bahwa secara parsial

promosi sebesar 43,4%, sedangkan sisanya sebesar 56,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahal atau tidaknya suatu barang berpengaruh pada minat konsumen dalam membuat keputusan membeli. Hasil ini menerima hipotesis kedua yang diajukan, bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Membeli Konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang

Hasil uji statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai t sebesar 0,615 atau $0,615 < 2,011$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,542 atau $0,542 > 0,05$. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari tingkat alpha yang digunakan yaitu 5% (0,05). Maka keputusannya adalah menerima hipotesis alternatif (H_0), yang menyatakan bahwa secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

Dapat dikatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen. Dari hasil tersebut maka menolak hipotesis kedua yang diajukan, yang menyatakan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

Kesimpulan Dan Saran

Hasil uji 't' menunjukkan, variabel merek dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang, dan variabel promosi secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan membeli konsumen di Pasar Oesapa Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang.

- a. Adanya pengaruh positif dan signifikan merek terhadap keputusan membeli konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $2,906 > 2,011$ dengan signifikan sebesar $0,006 < 0,05$.
- b. Adanya pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan membeli konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $4,566 > 2,011$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
- c. Tidak adanya pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap keputusan membeli konsumen. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar $0,615 < 2,011$ dengan signifikan sebesar $0,542 > 0,05$

Adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan dari ketiga variabel bebas (merek, harga dan promosi) terhadap variabel terikat (keputusan membeli konsumen). Hal tersebut dapat dilihat dari nilai F_{hitung} sebesar $11,759 > 2,80$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

- a. Penjual diharapkan dapat lebih sering memperkenalkan berbagai produk barang yang masih baru, sehingga konsumen dapat mengenal produk tersebut dan ada ketertarikan untuk membelinya.
- b. Dengan mempromosikan barang/produk dengan harga yang terjangkau dengan

kualitas yang baik, maka konsumen memiliki berbagai macam pilihan dalam membeli suatu barang dengan harga yang relative murah.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip & Amstrong Gary. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip & Kevin lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1&2*. PT Indeks. Jakarta
- Kotler, Philip. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen*. Prenhalindo. Jakarta
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 3*. Rajawali. Jakarta
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya. Bandung
- Musfar, Tengku Firli. 2020. *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung, Media Sains Indonesia
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. PT Indeks Gramedia. Jakarta
- Swasta, Basu & Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Shinta., Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. Malang

Wardani & Aris Triyono. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Deepublish. Yogyakarta

Widana, M.E dan Sinaga B. 2010. *Dasar Dasar Pemasaran. Cetakan Pertama*. Karya Putra Darwat. Bandung