



Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Kompetensi Pegawai Bidang Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Subandi^a

^aProgram Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, bandi_subandi@yahoo.com

Abstract

Leadership style and Competence of employees of information technology to customer satisfaction are still high influence with factor outside model. If the variables X1, X2 and Y, these three variables must run well then the creation of good governance. The results of research and data analysis are variable descriptions, reliability test, validity, ordinal data transformation to interval data, statistical test using SPSS version 16.0 to determine the influence of leadership style, and the competence of information technology officer to customer satisfaction partially or simultaneously.

Keywords: Leadership Style, Employee Competency, Customer Satisfaction

Abstrak

Gaya kepemimpinan dan Kompetensi pegawai bidang teknologi informasi terhadap Kepuasan pelanggan masih tinggi pengaruhnya dengan faktor diluar model. Apabila variabel X1, X2 dan Y, ketiga variabel tersebut harus berjalan dengan baik maka akan terciptanya tata kelola yang baik. Hasil penelitian dan analisis data berupa deskripsi variabel, uji realibilitas, validitas, tranfromasi data ordinal ke data interval, pengujian secara statistik dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 guna menentukan pengaruh gaya kepemimpinan, dan kompetensi pegawai bidang teknologi informasi terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan.

Kata kunci : Gaya Kepemimpinan, Kompetensi Pegawai, Kepuasan Pelanggan

© 2017 Prosiding SISFOTEK

1. Pendahuluan

Perkembangan Internet memberikan kesempatan untuk jaringan global dan platform yang fleksibel untuk arus informasi ke seluruh mahasiswa. Untuk peningkatan pelayanan terhadap mahasiswa Universitas Budi Luhur Internet diharapkan bisa memberikan pelayanan dan kenyamanan dalam mengakses informasi, untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menghadapi peluang yang sangat baik dalam berpartisipasi di institusi yang demokrasi dimana proses komunikasi membutuhkan pengembangan yang sangat cepat antara bisnis publik dengan institusi.

Pemanfaatan teknologi informasi tersebut mencakup aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan pengolahan data, pengelolaan informasi, sistem manajemen dan proses kerja secara elektronik, pemanfaatan kemajuan teknologi informasi agar pelayanan dapat diakses secara mudah dan memuaskan mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi khususnya dan Universitas

umumnya. Semua itu bisa dilakukan apabila dalam pemanfaatan Teknologi Informasi yang didukung oleh kepemimpinan yang bisa mempunyai (3) tiga kriteria; (1) Interpersonal roles (2) Informational Roles (3) Decisional Rolesb. Sedangkan yang menyangkut pengembangan sistem manajemen sumber daya manusia, difokuskan pada perbaikan sistem dan manajemen sumber daya manusia, dan direncanakan perubahan yang dilakukan bersifat menyeluruh. Hal ini perlu dan mendesak untuk dilakukan, karena disadari bahwa elemen yang terpenting dari suatu sistem organisasi adalah manusianya. Secanggih apapun struktur, sistem, teknologi, atau infrastruktur lain tanpa kompetensi sumber daya manusianya yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, sulit bagi organisasi atau lembaga pemerintah akan bisa melayani dengan baik kepada masyarakat (mahasiswa).

Berdasarkan dari uraian diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang “Pengaruh Gaya

Kepemimpinan, dan Kompetensi Pegawai Bidang Teknologi Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan” di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur Jakarta.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Gaya Kepemimpinan

2.1.1 Pengertian Gaya Kepemimpinan

Hill and McShane (2008:414), menyebutkan dalam bukunya ada beberapa gaya kepemimpinan sebagai berikut *Leadership Styles; directive leadership, which occurs when leaders tell subordinates exactly what they are supposed to do, giving them goal, specific tasks, guidelines for performing those task, and the like, its essentially the same as the task oriented leadership concept discussed earlier. Supportive leaderships, which can be defined as leadership style in which the leader is approachable and friendly, shows concern for the welfare of subordinates, and treats them as equals. Participative leadership, in which a leader consults with his or her subordinates, asking for their opinions before making a decision. The leader encourages subordinates to make suggestions and to offer input into decision-making process. Achievement-oriented leadership, occurs when a leader sets high goals for subordinates, has high expectations for their performance, and displays confidence in subordinates, encouraging and helping them to take on greater responsibilities.*

2.1.2 Tipe-tipe Gaya Kepemimpinan

Menurut Supardi (19:38), secara garis besar terdapat lima gaya kepemimpinan, yaitu: (1) Gaya Kepemimpinan Otoriter, gaya ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (a) mereka adalah seorang egois, (b) mereka membuat keputusan untuk kepentingan dan pendapat mereka, sedikit sekali memperhatikan suara bawahan, (c) mereka sangat suka pujian sehingga pada dirinya dikelilingi orang-orang yang suka memuji dan menjilat. (2) Gaya kepemimpinan Paternalistis, yang biasa disebut dengan gaya kepemimpinan kebabakan, yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (a) mereka bertindak dan mengambil keputusan terhadap bawahannya didasarkan pada pendekatan hubungan seperti ayah dan anak, (b) mereka masih terikat pada norma-norma lingkungan masyarakat agraris atau tradisional, sehingga ikatan primordial masih sangat terasa dan rasa hormat bawahan terhadap atasan masih mewarnai hubungan kerja atasan dan bawahan, (c) unsur keteladanan atasan sangat dituntut dalam pelaksanaan segala keputusan dan peraturan organisasi. (3) Gaya Kepemimpinan Birokrat, yang memiliki ciri sebagai berikut: (a) perilaku kepemimpinan ini sangat teliti, cermat dalam segala hal, sehingga pengambilan keputusan tindakan menjadi lamban, (b) mereka selalu menciptakan norma-norma dan peraturan-peraturan, sehingga segala sesuatunya akan menjadi selesai kalau ada peraturan, (c) pengawasan kepada bawahan relatif

ketat, didasarkan pada peraturan dan norma yang disepakati. (4) Gaya Kepemimpinan Demokratis, yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (a) mereka selalu memperhatikan dan memperhitungkan pendapat atau aspirasi bawahan dalam bertindak dan integrator yang baik dalam pencapaian tujuan organisasi, (b) mereka memandang setiap unit organisasi akan memiliki peranan yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi, sehingga akan terjadi persaingan antar unit organisasi untuk berprestasi lebih dari yang lainnya, (c) kepemimpinan seperti ini sering terlambat dalam mengambil keputusan karena harus memperhatikan berbagai tanggapan atau pendapat bawahan sebelum pengambilan keputusan. (5) Gaya Kepemimpinan Supertif, gaya ini memiliki ciri sebagai berikut: (a) pemimpin mempunyai pandangan bahwa pada dasarnya setiap bawahan akan mempunyai keinginan untuk maju dan bekerja sebaik-baiknya. Tugas pemimpin adalah memberikan perintah dengan baik dan mendorong bawahan untuk bekerja dengan baik, (b) cenderung memberi kebebasan yang lebih kepada bawahan untuk berinisiatif dan berkembang secara mandiri, (c) kepemimpinan ini mengarah pada kepemimpinan dengan kebebasan yang berlebihan sehingga akan menciptakan pertentangan.

2.1.3 Karakteristik Gaya Kepemimpinan

Menurut Luthans (2002:576), menegaskan bahwa karakteristik pemimpin adalah *Innovates* (menciptakan suatu yang baru); *An original* (asli dari pemimpin); *Develops* (mengembangkan); *Focases on people* (terkonsentrasi pada manusia); *Inspires trust* (menghidupkan rasa percaya); *Long range perspective* (memiliki perspektif jangka panjang); *ask what and why* (menanyakan apa dan kenapa); *Eye on the horizon* (berpandangan sama pada sesamanya); *Origanates* (memiliki keaslian); *Challenges the status quo* (menentang kemapanan); *Own person* (mengakui tanggung jawab ada pada pemimpin); *Does the right thing* (mengerjakan yang benar).

2.1.4 Dimensi dan Indikator Gaya Kepemimpinan

Menurut Schermerhorn (2008:320) Gaya Kepemimpinan dapat ditinjau dari sudut pandang *the nature of leadership* (ruang lingkup kepemimpinan), yang terdiri dari: (a) *Leadership and position power*, kekuatan adalah kemampuan untuk membuat orang lain melakukan sesuatu yang kita inginkan. Kepemimpinan dimulai dimana manajer menggunakan kekuatannya untuk mempengaruhi perilaku orang lain. Tiga kekuasaan yang mendasari kepemimpinan dan kekuatan jabatan antara lain kekuasaan dalam memberikan penghargaan, kekuasaan yang bersifat memaksa, dan kekuasaan yang bersifat sah; (b) *leadership and personal power*, kualitas pribadi yang unik dari seorang manajer adalah memiliki sumber kekuatan yang berkelanjutan. Kenyataannya, suatu pemimpin yang sukses dengan sangat baik adalah

pemimpin yang mampu membangun kekuasaannya dan menggunakan dua kekuatannya, yaitu kekuatan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan dan kekuatan dalam melakukan penunjukkan atau referensi; (c) Leadership and vision, dalam hal ini kepemimpinan yang sukses sering dihubungkan dengan visi yang dimiliki seorang pemimpin. Masa depan merupakan harapan untuk menciptakan atau mencapai tujuan dalam rangka peningkatan kondisi yang terjadi saat ini menjadi lebih baik; (d) Servant Leadership, kepemimpinan yang didasarkan pada suatu komitmen untuk melayani orang lain, untuk membantu orang-orang menggunakan bakat mereka untuk bekerja sama dalam organisasi yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

2.2 Kompetensi

2.2.1 Pengertian Kompetensi

Menurut Schemmerhorn R John, James G and Ricard N. Osborn, 2001:9, *Competence is a broad concept relating to aptitudes and abilities of people at work. Aptitudes represent a person's capability to learn something. Ability reflects a person's existing capacity to perform the various tasks needed for given job. Aptitudes are potential abilities, while abilities are the knowledge and the skills that an individual already possesses.*

2.2.2 Dimensi Kompetensi

Menurut Gary Dessler (2008:110), *competency-based job analysis is describing a job in term of the measureable, observable, behavior competencies an employee must exhibit to do a job well. Competency-based Job Analysis* adalah menggambarkan suatu pekerjaan bisa diukur sesuai dengan waktu yang ditentukan, nyata, mempunyai kemampuan perilaku karyawan yang memperlihatkan sesuatu yang mendesak untuk berbuat suatu pekerjaan dengan baik.

2.2.3 Indikator Kompetensi

Menurut Gary Dessler (2008:51), ada beberapa indikator dari kompetensi perilaku, yaitu dengan memberikan kewenangan dan latihan (policies and practices). Implementasi dari beberapa program yang dilakukan antara lain:

1. New Training and communication programs (program training dan komunikasi baru).
2. Enriching work (pencapaian kerja).
3. New training and benefits programs promoted personal growth (program training dan manfaat untuk promosi pertumbuhan secara pribadi).
4. Providing commensurate return (memberi pengembalian yang sepadan).
5. Improved selection, orientation, and dismissal procedures (mengembangkan seleksi, orientasi, prosedur pemecatan).

2.3 Pengertian Kepuasan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2006:176), kunci untuk menghasilkan pelanggan yang tinggi adalah menyerahkan nilai pelanggan yang tinggi.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2006:177), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.

2.3.1 Dimensi Kepuasan

Menurut Valarie A. Zeithaml, Mary Jo Bitner, dwayne D. Greimier (2006 : 105), *"customer satisfaction is influenced by specific product or service features, perceptions of product and service quality, and price. In addition, personal factors such as the customer's mood or emotional state and situational factors such as family member opinions will also influence satisfaction*

a. Product and Service Features

Customer satisfaction with a product or service is influenced significantly by the customer's evaluation of product or service features. For a service such as a resort hotel, important features might include the pool area, acces to golf facilities, restaurants, room comfort and privacy, helpfulness and courtesy of staff, room price, and so forth. In conducting satisfaction studies, most firms will determine through some means (often focus groups) what the important features and attributes are for their service and then measure perceptions of those features as well as overall service satisfaction. Research has shown that customers of service will make trade-offs among different service features (e.g., price level versus quality versus friendliness of personnel versus level of customization), depending on the type of service being evaluated and the criticality of the service.

b. Consumer Emotions

Consumers' emotions can also affect their perceptions of satisfaction with products and services. These emotions can be stable, preexisting emotions-for example, mood state or life satisfaction. Think of times when you are at a very happy stage in your life (such as when you are on vacation), and your good, happy mood and positive frame of mind have influenced how you feel about the services you experience. Alternatively, when you are in a bad mood, your negative feelings may carry over into how you respond to services, causing you to overreact or respond negatively to any little problem. Customer satisfaction with a product or service is influenced significantly by the customer's evaluation of product or service features. For a service such as a resort hotel, important features might include the pool area, acces to golf facilities, restaurants, room comfort and privacy, helpfulness and courtesy of staff, room price, and so forth. In conducting satisfaction studies, most firms will

determine through some means (often focus groups) what the important features and attributes are for their service and then measure perceptions of those features as well as overall service satisfaction. Research has shown that customers of service will make trade-offs among different service features (e.g., price level versus quality versus friendliness of personnel versus level of customization), depending on the type of service being evaluated and the criticality of the service

3. Metodologi Penelitian

3.1 Tipe penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif, penelitian deskriptif terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya (faktual). Selanjutnya penelitian deskriptif bermaksud membuat deskripsi mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu upaya untuk menggambarkan keadaan yang sedang berlangsung pada saat itu yang didasari oleh fakta yang diperoleh, dalam hal ini adalah data yang diperoleh dari responden langsung, namun penelitian ini tidak mungkin melibatkan semua orang dalam suatu organisasi. Oleh sebab itu responden yang terlibat adalah dosen, karyawan, dan mahasiswa yang mewakili tiap-tiap unsur sikap dan perilaku yang berperan dalam menggambarkan Kepuasan Pelanggan.

3.2 Variabel dan Operasional Variabel

Dalam melakukan analisis dibutuhkan beberapa variabel penelitian. Variabel adalah segala sesuatu yang menjadi objek pengamatan dalam penelitian yang merupakan suatu konsep yang mempunyai variasi nilai. Variabel umumnya dikategorikan menjadi 2 (dua), yaitu: (a) Variabel dependen (endogen), adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan, dan (b) Variabel Independen (exogen), adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun negatif bagi variabel dependen nantinya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan cara: (a) Riset Kepustakaan (Library Research), yaitu data-data yang diperoleh dari literatur dan buku-buku teks, (b) Riset Lapangan (Field Research), yaitu dengan menyebarkan kuesioner daftar pertanyaan mengenai Gaya Kepemimpinan, Kompetensi Pegawai Bidang Teknologi Informasi, dan Kepuasan Pelanggan di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur Jakarta.

3.4 Teknik Penarikan Sampel

3.4.1 Sampel Penelitian

Untuk menentukan jumlah sampel menurut Apollo Daito (2007:72), penentuan jumlah sampel harus

mempertimbangkan presisi, confidence level, desain sampling, dan pertimbangan lain. Dalam menentukan ukuran/jumlah sampel juga perlu memperhatikan pedoman kasar (rules of thumb) yang dikemukakan oleh Roscoe dalam sekaran (2000) yaitu :(1) jumlah sampel yang paling sesuai untuk hamper semua penelitian adalah $30 < n < 500$; (2) apabila sampel; dibagi ke dalam beberapa subsampel (laki-laki/perempuan, senior/junior, dan sebagainya), jumlah sampel minimal untuk kategori adalah 30; (3) dalam penelitian multivariance (termasuk multiple regression analysis), jumlah sampel harus beberapa kali (sekitar sepuluh kali atau lebih) lipat dari jumlah variable dalam penelitian; (4) untuk penelitian eksperimen yang sederhana dengan pengendalian eksperimental yang ketat, penelitian yang baik dapat dilakukan dengan menggunakan sampel sekitar 10 samapai 20.

Untuk menentukan sampel (n) menurut rumus slovin (Husein Umar 2003:65)

$$n \geq \frac{N}{1 + N e^2}$$

n = Ukuran Sampel
 N = Ukuran Populasi
 e = kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi, misalnya 5%

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah random sampling, yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak dari populasi yang ada, dari rumus slovin di atas terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis yang menyebarkan kuesioner terhadap 135 orang responden, maka besarnya sampel yang diambil adalah:

$$n \geq \frac{135}{1 + 135 (0,05)^2} = 100,93 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ orang}$$

Penggunaan sampel dikarenakan banyaknya mahasiswa yang menggunakan layanan yang tersedia di seluruh lingkungan Universitas Budi Luhur dan khususnya di Fakultas Teknologi Informasi.

3.4.2 Intrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan/pernyataan yang pilihan jawabannya telah tersedia, yang di persempit atau diberi pola atau kerangka susunan terlebih dahulu. Hal ini berfungsi untuk memperjelas dimensi apa yang dicari dalam penelitian, sehingga akan mendorong subyek untuk memutuskan pilihan jawaban ke suatu arah. Selain itu keuntungan lainnya cepat dan mudah dianalisa.

Untuk menghimpun data mengenai variabel gaya kepemimpinan, kompetensi pegawai bidang IT, dan kepuasan pelanggan di kembangkan item-item kuesioner. Keseluruhan pertanyaan kuesioner disusun berdasarkan pada kisi-kisi yang bersumber dari

indikator penelitian. Pengukuran kuantitatif/jawaban kuesioner dilakukan dengan sistem skor menurut skala Likert dengan 5 (lima) pilihan, yakni :

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Cukup Setuju (CS) : 3
- Kurang Setuju (KS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

3.5 Pengujian Validitas, Reliabilitas, Normalitas

3.5.1 Pengujian Validitas

Validitas suatu butir pernyataan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel *corrected item-total correlation*. Suatu pernyataan dikatakan valid jika nilai r_{hitung} yang merupakan nilai dari *corrected item-total correlation* > dari r_{tabel} . Nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n-2$, dimana n adalah jumlah responden, dan tingkat signifikansi 5 %.

3.5.2 Pengujian Reliabilitas

Suatu pernyataan dikatakan reliabel (andal) jika jawaban responden konsisten dan stabil. Salah satu metode pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan *cronbach Alpha's*. Reliabilitas pernyataan dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach Alpha's* > 0,60.

3.5.3 Pengujian Normalitas

Jika gambar histogram pada output SPSS menunjukkan bahwa grafik histogram normalitas residual yang membandingkan data observasi dengan distribusi tidak menceng ke kanan atau ke kiri, dapat disimpulkan residual terdistribusi secara normal.

3.6 Transformasi Data Ordinal ke Interval

Untuk melakukan pengolahan data regresi, maka data yang dimiliki minimal merupakan data interval. Transformasi data ordinal menjadi data interval dapat dilakukan dengan menggunakan persamaan : $T_i = 50 + 10(X_i - X) / S$, dimana :

- Ti = Skor baku (data interval)
- Xi = Skor mentah (data ordinal)
- X = Rata-rata (*mean*)
- S = Standar deviasi

3.7 Model Paradigma Penelitian

Model Struktur Penelitian

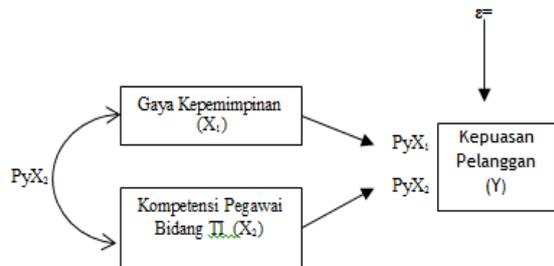
Berdasarkan Tabel variabel *entered/removed* pada output SPSS, jika dari variabel bebas tidak ada yang dihilangkan atau dibuang, semua variabel dapat dimasukkan ke dalam proses regresi berikutnya. Persamaan matematik dari regresi diperoleh dengan analisis regresi berganda yang menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + \epsilon, \text{ dimana :}$$

- Y = Variabel terikat
- B = Koefisien regresi
- X = Varibel bebas
- ϵ = error item

Berikut ini gambar model struktur penelitian, setelah mengidentifikasi pengaruh dari variabel X_1 dan X_2 terhadap Y dengan persamaan :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{ Gaya Kepemimpinan} + \beta_2 \text{ Kompetensi Pegawai Bidang IT} + \epsilon, \text{ sebagai berikut :}$$



Gambar. 1 Model Struktur Penelitian

3.8 Tahap-Tahap Pengujian Hipotesis

3.8.1 Tahap Pertama Uji t

Uji *t* digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen. Dari tabel koefisien hasil output SPSS diperoleh pada kolom *t* masing-masing variabel independen terlihat jika $t_{hitung} > t_{table}$ dengan signifikansi < 5%, berarti variabel bebas secara parsial dan signifikan mempengaruhi variabel terikat.

3.8.2 Tahap Kedua Uji F

Uji F dilakukan dengan melihat F hitung pada tabel ANOVA hasil output SPSS. Dari analisis varian dalam tabel ANOVA terlihat jika $F_{hitung} > F_{table}$ dengan signifikansi < 5%, berarti variabel-variabel bebas secara bersama-sama dan signifikan mempengaruhi variabel terikat.

3.8.3 Tahap Ketiga Koefisien Determinan (R^2)

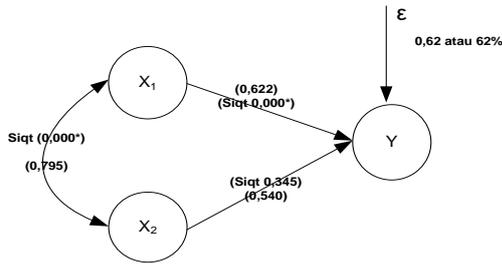
Dari tabel *model summary* hasil output SPSS diperoleh koefisien determinan (*adjusted R²*). Sebagai contoh *adjusted R²* = 0,45 artinya sebesar 45% variabel terikat dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen sebesar n% dan sisanya (100%-n%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model dalam penelitian ini.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Interpretasi Hasil Penelitian

Interprestasi penelitian meliputi: (a) interprestasi pengaruh secara parsial, (b) interprestasi pengaruh secara simultan, (c) interprestasi antar variabel Independen, (d) interprestasi di luar model dan (e) interprestasi dikaitkan dengan penelitian sebelumnya. Interprestasi ini merupakan pengujian berfikir deduksi dan induksi sebagai pentahapan dalam tangga-tangga ilmiah. Interprestasi hasil penelitian adalah

menganalisis hasil persamaan matematik dalam bentuk regresi dan korelasi seperti yang nampak pada persamaan ini :



Gambar. 2 Persamaan Regresi Dan Korelasi

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = 420,461 + 0,729 X_1 + 0,065 X_2$$

Siqt (Uji t) = (0,000*) (0,345)

Peng Parsial = (0,622) (0,540) (pengaruh parsial)

Siqt (Uji F) = (0,000*) lihat di Anova (F)

Ajt R^{square} = (0,380*) atau 38% (Pengaruh Simultan X₁, X₂ terhadap Y)

Alpa = 0.05

DW test = 1,601

VIF = (2,717) (2,717)

ϵ = Error test diluar model: 0,62 atau 62%

Di mana :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- X₁ = Gaya kepemimpinan
- X₂ = Kompetensi Pegawai Bidang IT
- B₀ = Konstanta
- B₁, B₂ = Koefisien
- ϵ = Error terms (Kesalahan atau pengaruh di luar Model)

4.1.1 Interpretasi Hasil Penelitian Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Uji t.

Tabel.1 Item-Total Statistics X₁

	Corrected Item-Total Correlation		Corrected Item-Total Correlation
X1_1	.623	X1_7	.549
X1_2	.654	X1_8	.356
X1_3	.689	X1_9	.372
X1_4	.516	X1_10	.373
X1_5	.496	X1_11	.446
X1_6	.634		

Sumber: Hasil output SPSS versi 16

Artinya konsep ini:

Seluruh pertanyaan pada variabel Gaya Kepemimpinan (X₁) dinyatakan valid, walaupun demikian terdapat perbedaan pemahaman instrumen penelitian angka t_{hitung} pada pertanyaan X₃ “Kepemimpinan mempunyai faktor-faktor tanggung jawab dalam keberhasilan

Fakultas tergantung pada pengendalian dan koreksi” angka *Corrected Item-Total Correlation* 0.689 dan pertanyaan X₈ “Kepemimpinan yang baik harus bisa dan mampu berwirausaha sehingga pembelajaran yang dicanangkan bisa berjalan dan bisa mengurangi pengangguran” angka *Corrected Item-Total Correlation* 0.356. Dilihat dari persepsi responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) terhadap kedua kuesioner dan terhadap semua kuesioner tersebut didapat nilai signifikan 0,622, artinya bahwa gaya kepemimpinan di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur terhadap kepuasan pelanggan di pengaruh faktor lain sebesar 62% kemungkinan yang terjadi kepemimpinan di Fakultas Teknologi Informasi masih terdapat struktur yang lebih tinggi sehingga keputusan yang di ambil kepemimpinan di FTI masih bergantung pada kepemimpinan diatasnya dilihat pada signifikansi angka 62% dipengaruhi dari faktor lain, kepemimpinan mempunyai faktor-faktor tanggung jawab dalam keberhasilan Fakultas tergantung pada pengendalian dan koreksi, namun di sisi yang lain sangat kuatnya keinginan responden terhadap kepuasan pelayanan pengembangan sistem mengarah kepada keterpaduan, keteraturan dan kesinkronisasian dalam rangka meningkatkan kelancaran proses peningkatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam hal ini mahasiswa.

Dependent Variable: Kepuasan (Tael 2)

H₀: Tidak ada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan pelanggan.

H₁: Ada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan pelanggan.

Significant level = 0,000 atau sig.level $\alpha = 0,05$ berarti H₀ tidak berhasil diterima dan H₁ diterima, jadi variabel gaya kepemimpinan (X₁) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel. 2 Coefficients^a X₁, X₂, Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	420.461	55.523		7.573	.000
Gaya Kepemimpinan	.729	.181	.524	4.018	.000
Kompetensi	.065	.069	.124	.950	.345

4.1.2 Interpretasi Hasil Penelitian Pengaruh Kompetensi Pegawai Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Uji t.

Tabel.3 Item-Total Statistics X₂

	Corrected Item-Total Correlation
X2_1	.426
X2_2	.447
X2_3	.488
X2_4	.374
X2_5	.385
X2_6	.380

Sumber : Output SPSS Version 16

Artinya konsep sesuai dengan angka validitas tertinggi adalah X_{2_3} yaitu Kompetensi yang berdasarkan pada analisis pekerjaan bisa di ukur sesuai dengan kemampuan perilaku karyawan apabila ada sesuatu yang mendesak untuk berbuat suatu pekerjaan. Dan nilai terendah adalah X_{2_4}, Kompetensi kompensasi karyawan yang didasarkan pada cakupan tanggung jawab pekerjaannya.

Penilaian tertinggi pada variable X_{2_3} dimana masalah kompetensi pegawai di Fakultas Teknologi Informasi jelas bahwa pegawai mempunyai loyalitas pada pekerjaan sesuai dengan analisis pekerjaan yang diberikan, hanya jika ada sesuatu yang mendesak baru akan melakukannya. Sedangkan penilaian terendah pada variable X_{2_4} dimana kompetensi kompensasi karyawan yang didasarkan pada cakupan tanggung jawab pekerjaannya, artinya bahwa diberikannya kompensasi terhadap pegawai hanya diberikan apabila pegawai itu bekerja sesuai dengan kebutuhan.

Tabel. 4 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	420.461	55.523		7.573	.000
Gaya Kepemimpinan	.729	.181	.524	4.018	.000
Kompetensi	.065	.069	.124	.950	.345

Dependent Variable: Kepuasan

H₀: Tidak ada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan pelanggan.

H₂: Ada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan pelanggan.

Significant level = 0,345 atau sig.level > α = 0,05 berarti H₀ diterima dan H₂ ditolak, jadi variabel kompetensi pegawai bidang IT (X₂) tidak ada berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.1.3 Interpretasi Hasil Penelitian Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Dan Kompetensi Pegawai Bidang Teknologi Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Simultan Uji F

Tabel. 5

Korelasi Antara Variabel Penelitian Gaya Kepemimpinan (X₁), Kompetensi Pegawai Bidang Teknologi Informasi (X₂), dan Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

		Kepuasan	Gaya Kepemimpinan	Kompetensi
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.622	.540
	Gaya Kepemimpinan	.622	1.000	.795
	Kompetensi	.540	.795	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	.	.000	.000
	Gaya Kepemimpinan	.000	.	.000
	Kompetensi	.000	.000	.
N	Kepuasan	100	100	100
	Gaya Kepemimpinan	100	100	100
	Kompetensi	100	100	100

Sumber data : Output SPSS Versi 16.0

Pada tabel 5 terlihat bahwa hubungan (korelasi) antara variabel gaya kepemimpinan (X₁) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) mempunyai nilai koefisien sebesar 0,622. Hal ini berarti bahwa diantara variabel gaya kepemimpinan (X₁) dan variabel kepuasan pelanggan mempunyai hubungan keeratan sangat lemah dan searah, atau dengan kata lain, arti searah disini adalah apabila terjadi perubahan nilai variabel gaya kepemimpinan (X₁) menjadi lebih besar, maka perubahan nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) juga bertambah besar, atau sebaliknya.

Artinya: dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap variabel kepuasan (Y), dari kedua variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah variabel gaya kepemimpinan (X₁).

4.1.4 Interpretasi Hasil Penelitian Antara Variabel Independent Gaya Kepemimpinan (X₁) dan Kompetensi Pegawai Bidang Teknologi Informasi (X₂)

Untuk mengetahui dampak setiap variabel independen x₁ dan X₂ dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi dan nilai parsialnya. Pengolahan data menggunakan SPSS 16.0 menghasilkan nilai koefisien korelasi parsial variabel gaya kepemimpinan (X₁) sebesar 0.378 dan variabel kompetensi pegawai bidang IT (X₂) sebesar 0.096 seperti tertera pada tabel. 6 dibawah ini:

Tabel. 6 Coefficients^a tabel t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1. (Constant)	420.461	55.523		7.573	.000	310.263	530.660					
Gaya Kepemimpinan	.729	.181	.524	4.018	.000	.369	1.088	.622	.378	.318	.368	2.717
Kompetensi	.065	.069	.124	.950	.345	-.071	.202	-.540	.096	.075	.368	2.717

a. Dependent Variable: Kepuasan

Maksudnya variabel gaya kepemimpinan (X_1) yang diwakili oleh dimensi faktor-faktor tanggung jawab kepemimpinan, Interpersonal, informasional dan decisional mampu mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) yang diwakili oleh **Customer perceptions** (persepsi pelanggan) *Valarie A.Zeithaml Mary Jo Bitner, Dwayne D.Greimier (2006:105)*, **Customer expectation** (harapan pelanggan) Dale H. Besterfield, Carol Besterfield-Michna, Glen H. Besterfield, Mary Besterfield-Sacre (2003 : 56) (TQM) dan **Customer purchasing** (pembelian pelanggan) Dale H. Besterfield, Carol Besterfield-Michna, Glen H. Besterfield, Mary Besterfield-Sacre (2003 : 56) (2003 : 59). Sementara variabel Kompetensi Pegawai bidang IT (X_2) yang diwakili oleh oleh dimensi Gary Dessler (2008:110) **Competency-Based job analysis** terdiri dari 3 (tiga) indikator *measurable* (ukuran pekerjaan), *Observable* (observasi), *Behavioral* (prilaku) dan **Competency-Based Pay** terdiri dari 3 (tiga) indikator *employee range* (cakupan pekerjaan), *employee depth* (atasan ke bawahan), *employee's type of skill and knowledge* (kemampuan dan pengetahuan) hanya dapat mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) yang diwakili oleh **Customer perceptions** (persepsi pelanggan) *Valarie A.Zeithaml Mary Jo Bitner, Dwayne D.Greimier (2006:105)*, **Customer expectation** (harapan pelanggan) Dale H. Besterfield, Carol Besterfield-Michna, Glen H. Besterfield, Mary Besterfield-Sacre (2003 : 56) (TQM) dan **Customer purchasing** (pembelian pelanggan) Dale H. Besterfield, Carol Besterfield-Michna, Glen H. Besterfield, Mary Besterfield-Sacre (2003 : 56) (2003 : 59)

Tabel. 7 Correlations

		Kepuasan	Gaya Kepemimpinan	Kompetensi
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.622	.540
	Gaya Kepemimpinan	.622	1.000	.795
	Kompetensi	.540	.795	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan		.000	.000
	Gaya Kepemimpinan	.000		.000
	Kompetensi	.000	.000	
N	Kepuasan	100	100	100
	Gaya Kepemimpinan	100	100	100
	Kompetensi	100	100	100

4.1.5 Interpretasi Di Luar Model

Interpretasi 62% di luar model dapat diinterpretasikan melalui variabel-variabel yang kuat dan lemah, disusun berdasarkan covariance yang nampak sebagai berikut:

Tabel.8

Variabel Gaya Kepemimpinan Kuat dan Lemah (X_1)

X_{1_3} (kuat)	Kepemimpinan mempunyai faktor-faktor tanggung Jawab dalam keberhasilan Fakultas tergantung pada pengendalian dan koreksi.
X_{1_8} (lemah)	Kepemimpinan yang baik harus bisa dan mampu berwirausaha sehingga pembelajaran yang dicanangkan bisa berjalan dan bisa mengurangi pengangguran.

4.2 Gaya Kepemimpinan (X_1)

Kepemimpinan yang mempunyai *value* keluarannya yaitu *leadership* Kepemimpinan yang baik, bisa menciptakan *inovation learning* (inovasi pembelajaran), yang terjadi di FTI lebih cenderung kepada pengajaran (transfer knowledge), dari tidak tahu menjadi tahu, tapi masih mengabaikan faktor-faktor proses pendidikan yaitu pendidikan menjadi orang yang baik dan bertanggung jawab.

Artinya pelanggan (mahasiswa) belum dilakukan transfigurasi tentang kewajiban moral seorang sarjana yaitu; inovasi, kreativitas yang bermanfaat bagi orang lain atau sebaliknya, terjadinya varian (gap) masing-masing tenaga pendidik untuk *transfer knowledge* ditentukan oleh watak dan faktor-faktor pengalaman pada proses pendidikan.

Pada sisi kepemimpinan belum terwujudnya kesadaran untuk melibatkan seluruh stakeholders (tata kelola) tentang tanggung jawab yaitu pencapaian visi dan misi yayasan Universitas Budi Luhur, akibatnya kepemimpinan menyadari bahwa keberhasilan fakultas pada pengendalian dan koreksi tidak berjalan karena tidak jelasnya tata kelola yang baik tetapi hanya disadari, tapi tidak dilakukan.

Kompetensi Pegawai Bidang Teknologi Informasi (X_2)

Tabel. 9

Variabel Kompetensi Pegawai Bidang TI kuat dan Lemah (X_2)

X_{2_3} (kuat)	Kompetensi yang berdasarkan pada analisis pekerjaan bisa di ukur sesuai dengan kemampuan perilaku karyawan apabila ada sesuatu yang mendesak untuk berbuat suatu pekerjaan.
X_{2_4} (lemah)	Kompetensi kompensasi karyawan yang didasarkan pada cakupan tanggung jawab pekerjaannya.

Artinya kompetensi kompensasi dianggap lemah karena kriteria, prasyarat, kepatutan dan kelayakan

menjadi staf administratif, edukatif, program studi, dekan sampai jajaran rektor belum mempunyai regulasi yang memadai sehingga penempatan, pemberian tugas tidak didasarkan pada kompetensi tapi cenderung kepada selera yang subyektifitas, tidak terukur, tidak pasti, tidak terkendali.

4.3 Kepuasan Pelanggan (Y)

Dua variabel kepemimpinan dan kompetensi akan berdampak pada kepuasan pelanggan berupa:

Tabel. 10
Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Y_7 (kuat)	Kepuasan merupakan harapan pelanggan (users) yang diberikan berupa pelayanan jasa.
Y_4 (lemah)	Kepuasan merupakan persepsi pelanggan (users) yang diberikan berupa emosi pelayanan pembuatan surat-surat akademik.

Artinya: telah terjadi persepsi pelanggan (mahasiswa) yang selama ini pelayanan administrasi akademik buruk akibatnya rendahnya kompensasi, tidak mempunyai inovasi bekerja dan rendahnya kompetensi kepemimpinan.

Persepsi pelanggan (mahasiswa) ini dalam jangka panjang dapat menjadi penyebab utama kegagalan organisasi sebab tidak diberikannya pelayanan jasa yang baik sedangkan mereka telah membayar kewajiban.

Dengan menganalisa pengaruh 62% diluar model maka dapat di kaitkan dengan teroi maslow tentang komitmen organisasi dan motivasi yaitu; tentang kebutuhan manusia melihat dari hierarki kebutuhan manusia, yang menyimpulkan bahwa kompensasi atau penghargaan yang diberikan kepada tenaga kerja dalam bentuk material, dalam hal ini gaji, merupakan kebutuhan manusia atau tenaga kerja yang terendah. Menurut Maslow, jenjang kebutuhan manusia sebagai tenaga kerja dari yang terendah hingga yang tertinggi adalah *physiological needs* (kebutuhan fisiologis/dasar/pokok), *safety needs* (kebutuhan akan rasa aman), *social/affiliation needs* (kebutuhan untuk bersosialisasi), *esteem needs* (kebutuhan harga diri), dan *self-actualization needs* (kebutuhan aktualisasi diri). Dari tingkat kebutuhan manusia menurut Maslow tersebut, kompensasi dalam bentuk sentuhan emosional (insentif non finansial) merupakan level yang lebih tinggi dibandingkan kebutuhan fisik/dasar. Level tertinggi yaitu *self-actualization needs* (kebutuhan aktualisasi diri) membuktikan bahwa tenaga kerja lebih senang apabila diberi kesempatan untuk mengembangkan diri dan diakui oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian, bahwa tenaga kerja ingin mendapat kesempatan berkembang dan menunjukkan kemampuannya.

5. Kesimpulan

Simpulan dan saran yang dapat diambil dari penelitian ini:

5.1 Simpulan

Setelah analisis secara statistik yang meliputi : Uji normalitas, uji asumsi klasik, Uji Hipotesis Statistik (Uji t dan F) dan Koefisien Determinasi (Adjusted R²), penulis (Subandi/ 08316000360) mendapat kesimpulan sebagai berikut :

a. Secara simultan Gaya Kepemimpinan, Dan Kompetensi Pegawai Bidang Teknologi Informasi di Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur Jakarta memberikan pengaruh positif dan signifikan sebesar 38% terhadap kepuasan pelanggan, sementara sisanya 62% di tentukan oleh unsur atau variabel lainnya yang tidak disebutkan dalam model ini.

Artinya: dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang mempunyai pengaruh terbesar terhadap variabel kepuasan (Y), dari kedua variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah variabel gaya kepemimpinan (X₁).

b. Secara parsial gaya kepemimpinan, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikansinya lebih kecil dari alpa =0,05, atau (0,000 < 0,05). Pada kolom *Unstandardized*, kolom B, variable kepemimpinan menunjukkan 0.729 artinya secara parsial harga berpengaruh sebesar 72,9% terhadap kepuasan pelanggan.

c. Secara parsial Kompetensi pegawai bidang TI, memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, karena nilai signifikansinya lebih besar dari alpa =0,05, atau (0,065 > 0,05). Pada kolom *Unstandardized*, kolom B, variable Kompetensi pegawai bidang TI menunjukkan 0.065 artinya secara parsial harga pengaruh sebesar 6.5% terhadap kepuasan pelanggan.

5.2 Saran

a. Dengan mengetahui hasil penelitian ini semoga dapat dijadikan masukan bagi organisasi untuk kebijakan manajerial, agar lebih memberikan memperhatikan terhadap implementasi indikator-indikator service leader sebaga acuan dalam memberikan keunggulan bersaing kepada pelanggan sehingga dapat melampaui harapan pelanggan sehingga menjadi loyal terhadap perusahaan.

b. Menjadi market leader adalah suatu hal yang harus dijaga kesinambungannya bahkan sekaligus dibarengi dengan acuan baru menjadi service leader adalah suatu keunggulan bersaing yang optimal, tetapi hendaknya tetap memperhatikan sikap dan perilaku pelanggan dari berbagai aspek, dimana

dalam hal ini berdasarkan penelitian penulis mengungkapkan gaya kepemimpinan adalah tetap yang tertinggi yang mempengaruhi keepuasan pelanggan, dimana berdasarkan hasil penelitian, indikator yang dominan dalam variable gaya kepemimpinan yang mengacu pada teori yang dikemukakan oleh Mintzberg dalam bukunya Laudon and Laudon mengenai gaya kepemimpinan, gaya kepemimpinan merupakan faktor utama dalam kelangsungan organisasi.

6. Daftar Rujukan

- [1] Appolo Daito 2007, Metodologi Penelitian Penyusunan Skripsi/Tesis/Disertasi, Universitas Budi Luhur Jakarta.
- [2] Ahmad Syafei B, 2005, kompeten dan kompetensi, Wordpress.
- [3] Charles W. L. Hill and Steven L McShane 2008, Principles of Management, International Edition.
- [4] Christopher Lovelock & Jochen wirtz 2007, Service Marketing: People, Tecnology, Strategy 6th Edition, Pearson Education Inc.
- [5] Dale H. Besterfield, Carol Besterfield Michna, Glen H. Besterfield, & Mary Besterfield Sacre 2003, 3rd Edition, Total Quality Management 3rd Edition, Pearson Education Inc.
- [6] Gary Dessler 2008, Human Resource Management, 8th Edition.
- [7] Gareth R. Jones 2007, Strategic Management Theory: An Integrated Approach, Contemporary Management, 4th Edition
- [8] Jill Griffin 2005, Customer Loyalti: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Jhon Wiley & Sons Inc, Penerjemah Dr. Dwi Kartini Yahya, Erlangga.
- [9] Kenneth C. Laudon and Jane P. Laudon 2004, Management Information Systems: Managing Digital Firm, 8th Edition.
- [10] K. Douglas Hoffman & Jhon E.G. Bateson 2006, Service Marketing: Concept, Strategies, & Cases, 3rd Edition, The Thomson Corporation.
- [11] Mutiara S. Pangabea, Dr 2004, Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan Kedua.
- [12] Philip Kotler & Kevin Lane Keller 2006, Marketing Management, 12th Edition, Pearson Education Inc.
- [13] Robbins and Judge 2007, Organizational Behavior, 12th Edition.
- [14] Stanislaus S. Uyanto, Ph.D. 2006, Pedoman Analisis Data Dengan SPSS, Graha Ilmu.
- [15] Schermerhorn, Hunt, and Osborn 2005, Organizational Behavior, 8th Editon
- [16] Uma Sekaran, 2000, Research Methods for business, 3rd Edition.
- [17] Valarie a. Zeithaml, Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gremier 2006, Service marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, 5th Edition, The McGraw Hill Companies Inc