PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENCAPAIAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapatkan Gelar Sarjana S1 Ekonomi (SE)

Oleh:

Dita Jatra Utari
NPM: 1751040040

Program Studi: Manajemen Bisnis Syariah

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M

PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENCAPAIAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna mendapatkan Gelar Sarjana S1
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

DITA JATRA UTARI
NPM: 1751040040

Program Studi: Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing I : Dr. Asriani, S.H., M.H

Pembimbing II : Weny Rosilawati, S.E., M.M

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS Islam
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H / 2022 M

ABSTRAK

Pada masa pandemi covid-19, terdampak pada ketenagakerjaan terutama pada motivasi yang dimiliki pada karyawan di suatu perusahaan. Penurunan motivasi kerja pada karyawan disebabkan adanya covid-19 di Indonesia. Selain motivasi kerja karyawan, menurunnya kepuasan konsumen terhadap kinerja karyawan juga berpengaruh pada tingkat penjualan serta mempengaruhi motivasi kerja karena tuntutan oleh pimpinan, yang mengharuskan karyawan mencapai target pada penjualan barang di perusahaan. PT Intan Jaya Keramik merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang barang dan jasa yaitu penyediaan keramik

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalahnya adalah motivasi kerja karyawan pada masa pandemi covid-19 di PT Intan Jaya Keramik dapat berpengaruh terhadap pencapaian penjualan. Kepuasan konsumen berpengaruh terhadap pencapaian penjualan di PT Intan Jaya Keramik. Serta bagaimana motivasi kerja, kepuasan konsumen dan pencapaian penjualan dalam perspektif ekonomi Islam.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Data tersebut diolah dengan menggunakan *sofware* SPSS 21.0. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil analisis yang digunakan, maka dapat diketahui bahwa variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Variabel bebas ada 2 yaitu Motivasi Kerja (X_1) dan Kepuasan Konsumen (X_2), sedangkan variabel terikatnya adalah pencapaian penjualan (Y) di masa pandemi covid-19 dalam perspektif ekonomi islam.

Hasil penelitian ini menunjukkan variable motivasi kerja (X_1) menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 5.028 > $t_{tabel=}$.000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa variabel motivasi kerja berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap pencapaian penjualan, sehingga H1 diterima. Variabel kepuasan konusmen (X_2) menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 10.531 > $t_{tabel=}$.000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa kepusan konsumen berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan, sehingga H2 diterima.

Variabel pencapaian penjualan (Y) dalam perspektif ekonomi Islam menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 362.134 > $t_{tabel=}$0,000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa pencapaian penjualandalam perspektif ekonomi Islam berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan. Kesimpulan penelitian menunjukan bahwa rasa nyaman sangat di harapkan pada karyawan terutama pada masa pandemi covid 19, yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan kepada konsumen serta dapat meningkatkan hasil penjualan sesuai target yang di harapkan oleh PT. Intan Jaya Keramik.

Kata Kunci: Motivasi Kerja, Kepuasan Konsumen, Pencapaian Penjualan

ABSTRACT

On time covid-19 pandemic, affected on employment especially on the motivation you have on employees in something company. Decrease motivation work on employee caused the presence of covid-19 in Indonesia. Besides motivation work employees, the decline satisfaction consumer to performance employee also take effect on level sale as well as influence motivation work because demands by leadership, which requires employee hit the target on sale goods in the company. PT Intan Jaya Ceramics is company moving private in the field goods and service that is provision ceramic

Based on the background, the formulation of the problem is that employee work motivation during the covid-19 pandemic at PT Intan Jaya Keramik can affect sales achievement. Consumer satisfaction has an effect on sales achievement at PT Intan Jaya Keramik. As well as how work motivation, customer satisfaction and sales achievement in the perspective of Islamic economics.

Approach used _ is approach quantitative . The data processed with use *software* SPSS 21.0. Analysis used _ in study this covers test validity , test reliability , test assumption classic , and testing hypothesis . Based on results analysis used , then _ could is known that variable used _ that is variable free (X) against variable bound (Y). variable _ free there are 2 namely Motivation Work (X_1) and Satisfaction Consumers (X_2), while variable tied up is sales achievement (Y) during the covid-19 pandemic in the perspective of Islamic economics .

The results of this study indicate the motivation variable work (X_1) shows that $t_{hitung=}$ 5.028 > $t_{tabel=}$. 000 then from the result indicated that variable motivation work take effect positive and by significant to achievement sales , so H1 is accepted . Variable satisfaction consumer (X_2) shows that $t_{hitung=}$ 10,531 > $t_{tabel=}$.000 then from these results it is indicated that decision consumer take effect positive and by significant to variable enhancement sales ,so that H2 isaccepted . Variable achievement sales (Y) in perspective Islamic economics shows that $t_{hitung=}$ 362,134 > $t_{tabel=}$0.000 then from these results it is indicated that achievement salesin perspective

Islamic economics is influential positive and by significant to variable enhancement sales . The conclusion of the study shows that a sense of comfort is highly expected in employees, especially during the covid 19 pandemic, which can affect the quality of service to consumers and can increase sales results according to the target expected by PT. Diamond Jaya Ceramics .

Keywords : Motivation _ Work , Satisfaction Consumer , Sales Achievement

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISALAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jln. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, (0721) 703260

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	**: DITA JATRA UTARI**
NPM	**: 1751040040**
Prodi	**: Manajemen Bisnis Syariah**
Fakultas	**: Ekonomi dan Bisnis Islam**

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENCAPAIAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi) adalah benar-benar merupakan hasil Karya Penyusunan sendiri, bukan duplikasi dari katya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, bertanggung sepenuhnya ada pada pihak penyusun.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bandar Lampung, 02 Juni 2022

DITA JATRA UTARI
NPM: 1751040040

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISALAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jln. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul : **"Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)**

Nama : **Dita Jatra Utari**

NPM : **1751040040**

Jurusan : **Manajemen Bisnis Syariah**

Fakultas : **Ekonomi Dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan lampung

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Asriani, S.H., M.H	**Weny Rosilawati, S.E., M.M**
NIP. 196605061992032001	**NIP. 198008012003121001**

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E
NIP. 197905142003121003

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISALAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jln. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)"**, disusun oleh, Dita Jatra Utari, NPM: 1751040040, program studi Manajemen Bisnis Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal: Kamis / 30 Juni 2022.

TIM / DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang	: Fatih Fuadi, M.S.I	(.....)
Sekertaris	: Sania Nuraziza, M.B.A	(.....)
Penguji I	: Suhendar, S.E., M.S.Ak	(.....)
Penguji II	: Dr. Asriani, S.H., M.H	(.....)
Penguji III	: Weny Rosilawati, S.E., M.M	(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Tulus Suryanto, S.E., M.M., Akt., CA
NIP. 197900920080110 08

MOTTO

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ ۖ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ
عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

Dan (ingatlah) ketika Tuhanmu memaklumkan, “Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat.

(Q.S Ibrahim (14) : 7)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, semoga kita senantiasa mendapatkan Rahmat dan Hidayah-Nya. Keberhasilan ini menjadi satu langkah awal bagiku untuk meraih cita-cita besarku. Oleh karena itu, Saya haturkan rasa syukur dan terimakasih Saya kepada:

1. Kedua orang tuaku, Bapak Gatot Sugiono dan Ibu Sri Utami yang telah tulus dan sabar membesarkanku, membimbing dan senantiasa selalu berdo'a serta sabar dan tabah demi kesuksesanku selama penulis menempuh pendidikan hingga dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung. Semoga mereka selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat.
2. Suami Saya tersayang dan tercinta, Arif Muhibin, S.Pd.i, yang sudah banyak kesabaran dalam mendampingi Saya dan selalu mendukung serta memberikan limpahan pengertian, perhatian, masukkan, serta support kepada Saya dalam hal apapun.
3. Almamater tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Penulis dengan nama Dita Jatra Utari, lahir di Tanjung Inten pada tanggal 29 April 1999, anak pertama dari dua bersaudara, putri dari pasangan bapak Gatot Sugiono dan Ibu Sri Utami.

Pendidikan penulis bermula di SD Negeri 2 Tanjung Inten Kecamatan Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur, menempuh pendidikan selama 6 tahun dan seleseai pada tahun 2011, kemudian penulis melanjutkan sekolah di SMP Negeri 1 Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur dan selesai pada tahun 2014, dan penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur dan selesai pada tahun 2017. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan mengambil Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul "Analisis Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pencapaian Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)". Karya ilmiah ini disusun guna melengkapi serta memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelasian skripsi ini tak lupa dihaturkan terimakasih kepada pihak-pihak di bawah ini yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suyanto, S.E., M.M, Akt, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Binsis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Ibu Dr. Asriani, S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar memberi arahan dan membimbing serta memberikan motivasi kepada penuls.
4. Ibu Weny Rosilawati, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar memeberi arahan dan membimbing serta memberikan motivasi kepada penulis.
5. Kedua orang tua Saya yang telah memberikan dukungan, Do'a dan motivasi baik secara moril dan materil, Saya ucapkan ribuan terimakasih karena dengan bantuan beliau penulis mampu meyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Suami Saya tersayang dan tercinta, Arif Muhibin, S.Pd.i, yang sudah banyak kesabaran dalam mendampingi Saya dan selalu mendukung serta memberikan limpahan pengertian, perhatian, masukkan, serta support kepada Saya dalam hal apapun.

7. Teman-teman terbaik Saya Umi Fitriana, S.Pd, Kenny Purnama Sari, S.E, dan Diyah Anggraeni, S.E yang senantiasa memberikan bantuan dan telah mendukung dalam suka maupun duka.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2017 khususnya kelas B, terimakasih telah menemani dan saling tolong menolong selama perkuliahan dari semester 1 hingga selesai.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan Saya terima. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, 2022
Penulis

Dita Jatra Utari
NPM. 1751040040

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
ABSTRAK ii
SURAT PERNYATAAN iv
PERSETUJUAN v
PENGESAHAN vi
MOTTO vii
PERSEMBAHAN vii
RIWAYAT HIDUP ix
KATA PENGANTAR x
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I PENDAHULUAN
A. Penegasan Judul 1
B. Alasan Memilih Judul 2
C. Latar Belakang Masalah 2
D. Identifikasi Dan Batasan Masalah 8
E. Rumusan Masalah 9
F. Tujuan Penelitian..... 9
G. Manfaat Penelitian..... 9
H. Penelitian Terdahulu Yang Relevan 9
I. Sistematika Penulisan..... 12

BAB II LANDASAN TEORI
A. Landasan Teori..... 13
1. Manajemen Sumber Daya Manusia..... 13
2. Motivasi Kerja..... 17
3. Kepuasan Konsumen..... 19
4. Peningkatan Penjualan 21
5. Kerangka Pemikiran..... 25
B. Pengajuan Hipotesis 26
1. Pengaruh Motivasi Terhadap Peningkatan Penjualan... 26
2. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Peningkatan Penjualan..... 27

3. Pengarauh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan Secara Simultan..... 28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian..... 29
1. Waktu Penelitian 29
2. Tempat Penelitian..... 29
B. Jenis Penelitian..... 29
1. Variabel Penelitian 29
C. Populasi Dan Sampel..... 30
1. Populasi..... 30
2. Sampel..... 30
D. Definisi Operasional Variabel 31
E. Sumber Data..... 36
1. Data Primer 36
2. Data Sekunder 36
F. Teknik Pengumpulan Data 36
1. Wawancara..... 36
2. Kuesioner 36
3. Alat Ukur..... 37
G. Metode Analisis Data 37
1. Uji Validitas..... 37
2. Uji Reliabilitas 38
H. Uji Prasyarat Analisis 38
1. Uji Normalitas 38
2. Uji Heteroskedastisitas 38
3. Uji Multikolinearitas 39
I. Uji Hipotesis..... 39
1. Uji Koefisien Regresi (Uji T) 39
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 39
3. Uji Simultan (Uji F)..... 39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data 40
1. Deskripsi Objek Penelitian 40
2. Deskripsi Responden 41
3. Deskripsi Jawaban Responden 44

B. Hasil Penelitian 51
1. Uji Validitas 51
2. Uji Relibilitas 53
3. Analisis Data 54
4. Hasil Uji Hipotesis 57
5. Pembahasan Penelitian 59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
A. Kesimpulan 66
B. Rekomendasi 66
1. Bagi Perusahaan 66
C. Keterbatasan Dan kekurangan 67

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN
Lampiran 1 Riset
Lampiran 2 Surat Balasan
Lampiran 3 Daftar Usaha Penjualan Keramik Di Bandar lampung
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian
Lampiran 5 Distribusi Jawaban Responden
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 10 Dokumentasi
Lampiran 11 Turnitin

DAFTAR TABEL

Tabel

1.1 Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas yang Termasuk Angkatan Kerja Tahun 2019-2021 3
1.2 Daftar Usaha Penjualan Keramik di Bandar Lampung 7
3.1 Definisi Operasional Variabel 32
4.1 Jenis Kelamin Responden 43
4.2 Usia Responden 43
4.3 Pendidikan Akhir Responden 44
4.4 Pekerjaan atau Kegiatan Responden 44
4.5 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Motivasi Kerja (X_1)45
4.6 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (X_2) 46
4.7 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Peningkatan Penjualan (Y) 48
4.8 Hasil Uji Validitas Motivasi Kerja (X_1) 50
4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (X_2) 52
4.10 Hasil Uji Validitas Peningkatan Penjualan (Y) 53
4.11 Hasil Uji Reliabilitas 54
4.12 Hasil Uji Normalitas 55
4.13 Hasil Uji Multikolinearitas 56
4.14 Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji T) 58
4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F) 59
4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1 Skema Kerangka Berpikir 27
4.1 Struktur Organisasi PT Intan Jaya Keramik 42
4.2 Hasil Uji Normalitas..... 56
4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... 57

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penelitian ini berjudul "**PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENCAPAIAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)"**. Untuk menghindari kesalah fahaman dan kekeliruan dalam memahami maksud dan tujuan serta ruang lingkup maka perlu adanya penegasan judul tersebut.

Agar tidak salah mengartikan arti dari judul penelitian ini, maka perlu didefinisikan secara jelas arti dari setiap kata, yaitu sebagai berikut.

Pengaruh adalah gaya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan sesorang.[1]

Motivasi diberikan oleh bahasa latin yaitu movere yang artinya bergerak, dalam arti revival merepresentasikan proses mental, yang menjadikan arah dan kegigihan kegiatan sukarela mengarah pada pencapaian tujuan.[2] Dukungan fungsional adalah suatu cara untuk mendukung kepentingan individu dalam suatu organisasi untuk melakukan tugas-tugas untuk memenuhi kebutuhan tertentu guna mencapai tujuan organisasi.

Penjualan Philip Kotler mendefinisikan penjualan sebagai cara untuk menemukan pelanggan, melibatkan, dan memberikan informasi sehingga pelanggan dapat menyesuaikan kebutuhan mereka dengan produk yang ditawarkan dan

---

[1] Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa IndonesiaPusat Bahasa, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008, Hal. 664.

[2]Sulis Setiawan, IAIN 2016, "PENGARUH MOTIVASI DAN MENTAL KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Raden Intan Lampung)"

mengaksesnya dalam menyepakati tarif yang sesuai dengan kepentingan terbaik para pihak.[3]

Ekonomi Islam merupakan kajian yang mempelajari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan dengan kerangka syariah.

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa maksud dari penelitian ini adalah Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Oleh karena itu, motivasi kerja secara konseptual dapat memberi pengaruh kepada karyawan sehingga penjualan barang dapat terpenuhi dan pelanggan merasa puas.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Alasan Obyektif

a. Penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh motivasi kerja yang diterima karyawan dari pimpinan dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, motivasi kerja sebagai peran penting dalam setiap organisasi atau lembaga karena setiap lembaga mempunyai masing-masing pimpinan. Penerapan motivasi kerja kepada karyawan yang dilakukan oleh pimpinan PT Intan jaya Keramik Desa Way Huwi.

b. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT Intan Jaya Keramik Desa way Huwi karena objek tersebut belum pernah ada yang meneliti.

2. Alasan Subyektif

a. Permasalahan yang penulis bahas adalah termasuk salah satu bidang study ilmu yang penulis pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri

---

[3]Johnson Alvonco, Ph.D., “Practical Communication Skill”, Elex Media Komputindo, Juli 2014, Hal. 235

Raden Intan Lampung, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah.

b. Adanya literatur yang tersedia serta mendukung penulis sehingga diperkirakan dalam penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

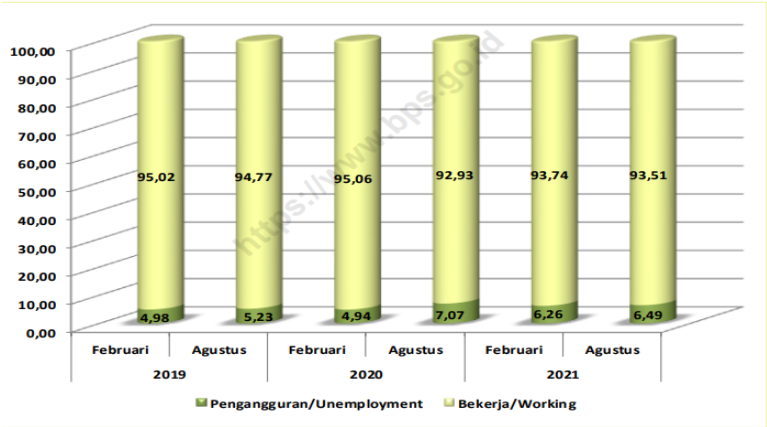
C. Latar Belakang Masalah

Kini penyebaran COVID-19 di mana-mana telah mempengaruhi kehidupan di Bumi, salah satunya di Indonesia. Dengan jumlah pasien yang terus meningkat, dapat diprediksi virus Covid-19 akan ada di sekitar kita. Karena masih banyak masyarakat Indonesia yang memprediksi penyakit mematikan ini, mereka juga tidak mengikuti imbauan pemerintah untuk mengikuti standar kesehatan saat COVID-19 menyebar ke seluruh dunia.

Virus COVID-19 berdampak signifikan pada fungsi. Terutama merugikan pekerja, dampak buruk bagi mereka, misalnya keterpurukan industri yang semakin membuat stres akibat penularan ini. Tekanan tersebut bisa datang dari banyak hal, baik internal maupun eksternal. Seperti yang terjadi sekarang, yaitu kekuatan eksternal akibat penyebaran covid-19 dimana-mana. Ada dampak pada dedikasi terhadap kinerja staf.

Disaat covid-19 merebak dimana-mana, juga mempengaruhi kinerja, terutama untuk motivasi karyawan atau karyawan perusahaan. Menurunnya dukungan pekerjaan bagi para pekerja ini dikarenakan adanya covid-19 di Indonesia. Selain penurunan kinerja karyawan, penurunan kepuasan pelanggan terhadap kinerja karyawan juga mempengaruhi tingkat penjualan dan mempengaruhi dukungan pekerjaan karena kebutuhan dari manajer, yang ingin karyawan mencapai tujuan penjualan di perusahaan.

Tabel 1.1
Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun Ke Atas yang Termasuk Angkatan Kerja Tahun 2019-2021



Sumber: *Badan Pusat Statistik Indonesia*

Tabel 1.1 di atas menunjukkan persentase penduduk yang bekerja dari tahun 2019-2021. Terlihat bahwa dari bulan Februari 2019-Agustus 2021 persentase angkatan kerja terus mengalami penurunan. Hal ini juga dikarenakan adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan beberapa perusahaan memutus hubungan kerja dengan karyawannya dan menyebabkan sulitnya mencari lahan pekerjaan. Selain itu, dampak covid-19 juga mempengaruhi mobilitas karyawan di perusahaan-perusahaan. Dampaknya sendiri meliputi pasar, pembatasan terhadap pergerakan usaha, serta pengiriman barang ke luar kota.

Motivasi kerja sebagai faktor pendorong seseorang untuk melakukan pekerjaan tentu sangat penting terlebih lagi di masa pandemi ini. Akan tetapi, semasa pandemi, motivasi kerja karyawan bukannya semakin meningkat melainkan semakin menurun.

Seiring berjalannya waktu dan pesatnya perkembangan output teknologi, pertumbuhan industri juga semakin meningkat, terutama dalam hal cakupan yang dikembangkan oleh peralatan rumah tangga seperti ubin atau tile. Keunggulan bisnis rumahan

kurang kompetitif dibandingkan bisnis ternama dari negara lain di dunia. Situs ini membuktikan bahwa Indonesia masuk dalam jajaran negara teratas di dunia sebagai produsen terbaik, menurut Vice President Global Trade, Alex SW Retraubun.

Produksi keramik nasional setiap tahunnya dapat meningkat lebih lanjut atau bertahap. Dikarenakan pelayanan berupa pelayanan yang layak dan efektif yang akan memajukan perkembangan industri nasional bagi industri keramik itu sendiri, Oleh karena itu, industri sekarang ini mulai berlomba-lomba meningkatkan kualitas desain untuk menarik warna-warna yang bermanfaat. untuk ditangkap. joint venture baik di dalam maupun di luar negeri. Keunggulan industri keramik nasional adalah banyak bahan baku dari alam yang membantu dalam proses pembuatan keramik, seperti diketahui bahan bakunya adalah: zirkon, perekat tanah dan beberapa elektrolit sebagai minyak dalam pembuatannya. proses. Itu merupakan kontribusi besar terhadap meningkatnya persaingan produk keramik. Produksi keramik sendiri meningkat setiap tahunnya karena tingginya tingkat dorongan dan dukungan bagi pertumbuhan dan perkembangan perekonomian Indonesia.

Produk komersial yang dikembangkan industri keramik nasional masih dapat dikembangkan, karena penggunaan keramik masih menunjukkan bentuk 1m2 dari data yang diperoleh dengan perbandingan kode negara ASEAN yang sudah mencapai 2m2. Dengan jumlah penduduk 250 juta jiwa dan banyak dukungan dari instansi pemerintah, industri keramik dapat membuka lapangan pekerjaan dan pasar yang menjanjikan.[4]

Edy Suyanto, Presiden Asosiasi Keramik Indonesia (Asaki), mengatakan rata-rata belanja konsumen tahun ini bisa mencapai 75%, naik dari tahun lalu 56%. Jika selesai, angka ini akan menjadi yang tertinggi sejak 2014. “Kinerja Asaki menunjukkan perbaikan sementara, terutama setelah pelonggaran PPKM. Konsumsi nasional pada November 2021 melihat angka

[4]Andriati Fitria Wati, Elvina Yulistia Erwan, Nur Azizah dan Pamela Jurdilla, "Penelitian Industri Keramik di Indonesia", hal. 11-12.

tertinggi, pada level 80 persen. Kami berharap dapat mencapai nasional. target konsumsi 75 persen. Tahun ini," ujarnya.

Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola dan meningkatkan sumber daya manusia dengan baik. Salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan adalah melalui sumber daya manusianya. Sumber daya manusia memainkan peran penting dalam mengelola operasi perusahaan bahkan jika peran dan tanggung jawab karyawan diubah oleh teknologi yang efisien. Namun pada kenyataannya, proses tersebut masih digunakan untuk mengontrol produksi. Oleh karena itu, setiap perusahaan menginginkan semua karyawannya bekerja secara efisien dan efektif.

PT Intan Jaya Keramik merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang produk dan jasa, yang telah menyediakan keramik sejak tahun 2010, dengan anak perusahaan bernama PT Adhitya Java Kramindo. Terlibat dalam pembangunan gedung-gedung seperti gedung-gedung yang dibutuhkan oleh keramik. Kebutuhan keramik sama dengan kebutuhan papan sederhana. Maka PT Intan Jaya Keramik perlu meningkatkan kemampuannya dalam menghadapi persaingan, salah satunya dengan melihat staf pendukung dan kepuasan pelanggan. Masalah karyawan termasuk dukungan kerja.

Lingkungan kerja, kemampuan, budaya kerja dan lingkungan kerja yang mendukung, tanpa adanya pengawasan lain yang mengarah pada keberhasilan, merupakan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mengelola upaya peningkatan kinerja pegawai. Keempat faktor tersebut merupakan penunjang yang berbeda bagi orang yang bekerja. Lingkungan kerja yang baik tidak akan dapat mencapai keberhasilan jika tidak didukung oleh kemampuan, budaya kerja dan kinerja pegawai yang tinggi. Di sisi lain, pengetahuan,[5]

Motivasi kerja dibentuk oleh sikap pribadi dalam hubungannya dengan pekerjaan dalam organisasi. Kebangkitan adalah suatu kondisi atau kekuatan yang menggerakkan orang

---

[5]Ahmadi, S.Pd.I., MM, Juli 2021, "Meningkatkan Best Practices and Understanding of Essentials", Bintang Pustaka Madani Yogyakarta, ISBN: 978-623-6372-59-3.

untuk memimpin atau mengajar untuk mencapai tujuan suatu organisasi. Sikap positif dan pemikiran positif dalam tim mendukung tim untuk mencapai kinerja terbaik (Mangkunegara, 2014).

Dalam pelaksanaannya, manajer terlebih dahulu harus memperhatikan karyawan tentang pentingnya tujuan pekerjaan sehingga karyawan puas dengan kualitas pekerjaan yang terjadi. Akibatnya, karyawan akan bekerja dengan motivasi yang lebih besar dan menikmati manfaat dari pekerjaan mereka.[6]

Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk membangun loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang dicapai oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yaitu selain menjamin kepercayaan pelanggan tetapi juga melindungi pasar pelanggan, mengurangi kepekaan pelanggan terhadap biaya, menekan biaya operasional, menekan biaya operasional oleh konsumen semakin meningkat., meningkatkan kualitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Menurut penelitian tersebut, kepuasan konsumen merupakan perkembangan yang unik dan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (Oliver, 1980). Pelayanan yang baik dapat mempengaruhi pelanggan yang jujur (Zeithaml et al., 1996) dan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang jujur (Caruana, 2002). Pelayanan yang baik mendorong pelanggan untuk berkomitmen terhadap produk dan jasa perusahaan sehingga berdampak pada daya jual produk. Pelayanan yang baik adalah kunci dalam mempertahankan pelanggan jangka panjang. Perusahaan dengan pelayanan terbaik akan mampu menjadikan perusahaan sebaik mungkin (Gilbert et al., 2004).

Persaingan yang tinggi akan memungkinkan konsumen untuk merasakan berbagai macam produk, berbeda dalam harga dan kualitas, sehingga pelanggan selalu mencari harga yang dianggap sebagai variasi produk tertinggi (Cotter, 2005). Efek negatif seperti itu dapat menyebabkan kemarahan konsumen, tidak

---

[6]Ida Ayu Brahmasari dan Agus Suprayetno, September 2008, "Dampak Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Karyawan dan Dampaknya Terhadap Pekerjaan Perusahaan (Studi Kasus PT. Pei Hai International Wiratama Indonesia)", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Jil. 10 Tidak. 2

hanya bagi konsumen makanan, tetapi juga bagi orang lain. Pasalnya, konsumen akan memberi tahu setidaknya 15 orang. Oleh karena itu, seorang individu dapat membuat pilihannya sendiri untuk pesaing (Lupieoadi dan Hamdani, 2006). Upaya peningkatan kualitas layanan akan lebih bergantung pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Menurut penelitian oleh Wharton Business School, peningkatan ini memberi konsumen lebih banyak kepercayaan pada perusahaan (Lupioadi dan Hamdani, 2006). Konsep pelayanan yang baik, kepuasan dan loyalitas saling terkait. Secara teoritis, proses ini dapat memberikan data yang digunakan dalam studi kedua layanan yang terpengaruh secara langsung maupun langsung oleh pelanggan yang puas.[7]

Tabel 1.2
Daftar Usaha Penjualan Keramik Di Bandar Lampung

No.	Nama	Alamat	Penjualan Per pcs/2019-2021			
			Granit	Keramik Kualitas 1	Keramik Kualitas 2	Keramik Kualitas 3
1.	Toko Mega Sakti	Jln. Teuku Umur No. 9, Kedaton	121-107pcs	187-145pcs	252-146pcs	264-147pcs
2.	Toko Besi Sinar Biru	Jln. Teuku Umar No. 11, Kedaton	109-89pcs	175-160pcs	219-134pcs	265-218pcs
3.	Rejeki Agung	Jln. P. Antasari No. 81	118-78pcs	164-124pcs	186-153pcs	331-278pcs
4.	Toko Besi Tamin Jaya	Jln. Tamin No. 67B	129-67pcs	175-134pcs	231-198pcs	253-214pcs

[7]Dwi Aryani dan Febriana Rosinta, Mei-Agustus 2010, "The Best Practices of Customer Service Dalam Perkembangan Konsumen", Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol.17 No 2, Hal. 114-115: I.

5.	Sinar Harapan	Jln. Raden Ajeng Kartini No. 146	107-64pcs	168-138pcs	219-176pcs	275-225pcs
6.	Sinar Delta	Jln. R.A. kartini No. 87	105-68pcs	165-133pcs	167-125pcs	242-217pcs
7.	Toko Bangunan Fajar Jaya	Jln. Raden Imba Kusuma Ratu No. 9	108-74pcs	186-159pcs	229-180pcs	307-245pcs
8.	PT. Intan Jaya Keramik	Jln. Raden Saleh No. 3	103-63pcs	146-132pcs	197-105pcs	319-158pcs
9.	Toko Bahan Bangunan Lumayan	Jln. R.A. Basyid No. 17	107-64pcs	188-149pcs	208-164pcs	339-257pcs
10.	Toko Bangunan Suka Makmur	Jln. Imam Bonjol, Langkapura	115-75pcs	154-128pcs	189-156pcs	329-189pcs

Pada Tabel 1.2 di atas terlihat bahwa PT Intan Jaya Keramik mengalami penurunan penjualan pada tahun 2020-2021. Selain itu penulis memberikan wawancara yang meliputi 2 pertanyaan terkait kinerja dan kepuasan konsumen, jawaban atas pertanyaan yang penulis terima berbagai pertanyaan. Berdasarkan hasil wawancara dapat ditentukan bahwa 70% dukungan fungsional sangat memuaskan karena pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat baik, hal ini terlihat dari hasil wawancara staf saat melamar pekerjaan di PT Intan Jaya Keramik. Melalui pra-pengujian, semua staf harus terbiasa dengan prinsip-prinsip pesan, kefasihan dan daya tarik sehingga pelanggan memahami dan bahkan menghargai produk,

Lingkungan eksternal perusahaan dapat dianggap sebagai dua lantai, lingkungan umum, dan lingkungan operasi. Lingkungan adalah lapisan luar yang luas dan memiliki dampak

langsung pada perusahaan. Industri yang lebih luas meliputi aspek sosial, ekonomi, hukum/politik, global, alam dan teknologi yang mempengaruhi setiap perusahaan. Meningkatkan tingkat pertumbuhan atau persentase bagian suami dan istri karyawan tidak terpisahkan dari lingkungan perusahaan. Peristiwa ini tidak secara langsung mempengaruhi operasi sehari-hari, tetapi pada akhirnya akan mempengaruhi setiap perusahaan. Lingkungan kerja dekat dengan perusahaan dan mencakup tugas-tugas yang masuk ke dalam bisnis sehari-hari dengan perusahaan dan secara langsung mempengaruhi kesederhanaan dan efisiensinya. Lingkungan kerja sering kali mencakup pesaing, vendor, pelanggan, dan operasi bisnis.

Perusahaan juga memiliki lingkungan internal, yang meliputi produk-produk Lingkungan internal terdiri dari personel yang ada, manajemen, terutama budaya perusahaan, yang menentukan perilaku karyawan di lingkungan tersebut. Di dalam dan di dalam perusahaan berubah ke lingkungan luar.[8]

Upah Kerja yang didapat karyawan pada PT. Intan Jaya Keramik sudah sesuai dengan Standar UMK yang terdapat di Kabupaten Lampung Selatan, dan dukungan dari pemilik PT. Intan Jaya Keramik pada karyawan baik berupa moril dan materil sangat penting bagi seluruh karyawan karena motivasi dan insentif dapat menunjang kinerja karyawan di bawahnya, sehingga mereka mau bekerja dengan menyediakan segala sumber daya dan pengetahuan untuk mengetahui tujuan perusahaan.[9] Motivasi yang dikombinasikan dengan efisiensi dapat meningkatkan keberhasilan perusahaan tempatnya berada. Karena kedua hal tersebut akan menciptakan produktivitas yang tinggi untuk menunjang keberhasilan perusahaan. Jika tidak, akan mempengaruhi perusahaan untuk mencapai tujuannya.

---

[8]Richard L. Daft, Ph.D., 2008, "Era Manajemen Baru, Era Manajemen Baru", Salemba Empat, Edisi 9 Buku 1, hlm. 82-83: Saya

[9]Etika Roswani, “Studi Dukungan Ketenagakerjaan Dalam Peningkatan Tenaga Kerja PT Telekomunikasi Indonesia Witel Makassar”, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018, hlm. 2.

Motivasi dalam Islam banyak tertuang dalam ayat Al-Qur'an salah satunya pada surat At-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ ١٠٥

Artinya:"Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yag mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."

Ayat ini menunjukkan kepada kita bahwa dengan sungguh-sungguh dan semangat dalam bekerja makan akan mendapat keberkahan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENCAPAIAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)".

D. Identifikasi Dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan tersebut, maka diperlukan adanya pembatasan masalah agar dapat mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian dan memungkinkan tercapainya hasil yang maksimal. Adanya pembatasan masalah ini dimaksudkan agar peneliti menjadi terarah dalam menentukan masalah yang akan diteliti sebenarnya, hal ini disebabkan oleh subjek peneliti yang akan diteliti dapat dikatakan merupakan subjek dengan masalah yang kompleks, sedangkan peneliti juga memiliki keterbatasan waktu, pengetahuan, tenaga, dan hal lainnya dalam melakukan penelitian ini. Maka dari itu, untuk menghindari meluasnya masalah yang

diteliti dalam penelitian ini, peneliti akan membatasi subjek peneliti ini pada motivasi kerja dan kepuasan konsumen pada karyawan dan pembeli di PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah motivasi kerja karyawan pada masa pandemi covid 19 di PT Intan Jaya Keramik dapat berpengaruh terhadap pencapaian penjualan?
2. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap pencapaian penjualan di PT Intan Jaya Keramik?
3. Bagaimana motivasi kerja, kepuasan konsumen dan pencapaian penjualan dalam perspektif ekonomi Islam?

F. Tujuan Penelitian

Pada umumnya suatu penelitian bertujuan untuk menemukan, menguji dan mengembangkan suatu pengetahuan. Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitan ini adalah:

1. Untuk mengetahui motivasi kerja karyawan pada PT Intan Jaya Keramik dapat berpengaruh terhadap pencapaian penjualan.
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap pencapaian penjualan di PT Intan Jaya Keramik.
3. Untuk memahami pengaruh motivasi kerja, kepuasan konsumen dan pencapaian penjualan dalam perspektif ekonomi Islam.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemimpin

1) Memberi motivasi pada karyawan untuk lebih meningkatkan kemampuan dan kualitas yang dimiliki.
2) Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi pimpinan PT Intan Jaya Keramik.

2. Bagi Karyawan

1) Dapat meningkatkan kemampuan dan kualitas yang dimiliki.
2) Dapat bekerja keras dan dapat bekerja sama secara efektif untuk mecapai hasil yang diharapkan.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai pengembangan ilmu yang telah didapat semasa kuliah.

4. Bagi Perguruan Tinggi

Dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa dalam mengambil permasalahan yang sama untuk menyelesaikan tugas.

H. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Adapun hasil dari penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini. Untuk mendukung penelitian ini, penulis akan kemukakan diantaranya:

1. Syarah Amalia dan Mahendra Fakhri (2016): *"Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gramedia Asri Media Cabang Emerald Bintaro"*

   Persamaan : Pada variabel (x) yaitu motivasi kerja.

   Perbedaan : Yang berbeda dari penelitian yang akan dilakukan adalah variabel y yaitu pencapaian penjualan dan objek penelitian yaitu PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

   Hasil : Berdasarkan hasil pengolahan data didapat nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut: Y=0,457+0,811(X). a) 0,457 yang berarti jika motivasi kerja (X) bernilai 0, maka kinerja (Y) akan bernilai 0,457 satuan. b) 0,811 yang berarti jika motivasi kerja (X) meningkat sebesar satu satuan maka kinerja (Y) akan memingkat sebesar 0,811 satuan. sedangkan pada uji hipotesis (uji t), diperoleh nilai t_{hitung} untuk variable motivasi kerja (X) sebesar 10,230 dan t_{tabel} 2,011 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

Dikarenakan nilai t_{hitung} > t_{tabel} dan nilai signifikan < dari 0,05, maka H_o ditolak dan H_a diterima, maka artinya Motivasi Kerja (X) berpengaruh signifikan terhadap Kinerja (Y).

2. Chintya Suryanna, Stefanus Prima Nugroho, Hariyani (2018): *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Keanggotaan"*
   Persamaan : Pada variabel (X) yaitu kepuasan pelanggan.
   Perbedaan : Yang berbeda dari penelitian yang akan dilakukan adalah variabel y yaitu pencapaian penjualan dan objek penelitian yaitu PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.
   Hasil : Menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan, diperoleh nilai thitung sebesar 9,199 sedangkan ttabel dengan derajat bebas 28 pada (0,05) sebesar 2,04841. Dengan demikian thitung (9,199) > ttabel (2,04841), sehingga jelas Ho ditolak dan H1 diterima atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai sign sebesar 0,000. Dengan demikian keputusannya jelas Ho ditolak dan H1 diterima. Terdapat pengaruh signifikan variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Keanggotaan Herbalife di Pangkal Pinang. Dari hasil perhitungan, diperoleh nilai thitung sebesar 7,257 sedangkan ttabel dengan derajat bebas 28 pada (0,05) sebesar 2,04841. Dengan demikian thitung (7,257) > ttabel (2,04841), sehingga jelas Ho ditolak dan H1 diterima atau dari hasil perhitungan dan pengolahan data diperoleh nilai sign sebesar 0,002. Dengan demikian keputusannya jelas Ho ditolak dan H1 diterima. Terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara bersama-sama terhadap Loyalitas Keanggotaan Herbalife di Pangkal Pinang. Hal ini terbukti dengan nilai Fhitung sebesar 55,938, sementara itu nilai Ftabel 3,35 dengan demikian Fhitung (55,938) > Ftabel (3,35) keputusannya jelas Ho ditolak dan H1 diterima.

3. Syahyono (2016): *"Pengaruh Motivasi Divisi Karyawan Marketing Terhadap Tingkat Penjualan"*

   Persamaan : Pada variabel (Y) yaitu tingkat penjualan.

   Perbedaan: Yang berbeda dari penelitian yang akan dilakukan adalah variabel X_2 yaitu kepuasan konsumen serta objek penelitian yaitu PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

   Hasil : Menunjukkan bahwa dari hasil perhitungan, Koefisien (r) yaitu sebesar 0,785, nilai tersebut menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel motivasi kerja (X1) dengan variabel Tingkat Penjualan (Y) devisi karyawan Marketing PT. Sinar Griya Utama Bekasi. Dinyatakan memiliki hubungan yang kuat dikarenakan memiliki nilai korelasi > 0,50. 2) Nilai Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,783 yang berarti bahwa variasi variabel Tingkat Penjualan (Y) karyawan Marketing PT. Sinar Griya Utama Bekasi. Dapat dijelaskan oleh variabel motivasi kerja (X1) sebesar 0,785 atau 78,5% sedangkan sisanya sebesar 21,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. 3) Nilai t hitung sebesar 7,458 dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) diperoleh t tabel (df 27 ± 2 = 25) sebesar 2,007. Persamaan regresi yang didapat adalah : Y = 7.325 + 0,745 X1 Dari model regresi tersebut, maka didapat nilai a (konstanta) sebesar 7.000, hal ini dapat dijelaskan bahwa jika variabel motivasi kerja (X1) bernilai nol (0), maka variabel Tingkat Penjualan (Y) karyawan Marketing PT. Sinar Griya Utama Bekasi. Bernilai 7.000. Sedangkan nilai b (koefisien regresi) sebesar 0,745, yang berarti jika variabel motivasi kerja (X1) mengalami peningkatan sebesar 1%, maka variabel Tingkat Penjualan (Y) devisi karyawan Marketing PT. Sinar Griya Utama Bekasi. akan mengalami peningkatan sebesar 0,745.

4. Aminah Djunaid, Baharuddin Semmaila, Serlin Serang (2020): *"Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi Kerja, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Pasar Makassar Raya"*

   Persamaan: Pada variabel (x) yaitu motivasi kerja.

   Perbedaan: Yang berbeda dari penelitian yang akan dilakukan adalah variabel X_2 yaitu kepuasan konsumen serta objek penelitian yaitu PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

   Hasil: Menjelaskan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kineja karena variabenya lebih kecil dari0,05, (b0) Angka konstanta dari unstandardized coefficients, nilai sebesar 4,905. Angka ini adalah angka konstanta yang berarti besarnya kinerja karyawan PD Pasar Makassar Raya saat nilai X1 (motivasi), X2 (kompetensi), X3 (kepuasan kerja) sama dengan nol, (b1) Angka koefisien regresi pertama adalah sebesar 0,579 yang menunjukkan bahwa jika motivasi ditingkatkan satu satuan, maka kinerja karyawan akan mengalami peningkatan sebesar 0,579. Dengan kata lain jika motivasi ditingkatkan maka kinerja karyawan akan meningkat juga, (b2) Angka koefisien regresi pertama adalah sebsar 0,019 yang menunjukkan bahwa jika kompetensi ditingkatkan satu satuan, maka kinerja karyawan akan mengalami peningkatan sebesar 0,019.

5. Zonna Yanuar Koesuma (2011): *"Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Dan Citra Perusahaan"*

   Persamaan: Pada variabel (Y) yaitu kualitas pelayanan.

   Perbedaan: Yang berbeda dari penelitian yang akan dilakukan adalah variabel X_1 dan X_2 yaitu motivasi kerja dan kepuasan konsumen serta objek penelitian yaitu PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

   Hasil: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan, nilai pelanggan, dan citra perusahaan) berpengaruh positif terhadap minat beli. Hasil analisis kuantitatif menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: Y= 0,283 X1 + 0,396 X2 + 0,306 X3. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling

berpengaruh adalah nilai pelanggan dengan presentase sebesar 0,309. Dan yang paling kecil pengaruhnya terhadap minat beli adalah variabel kualitas pelayanan dengan persentase 0,283.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari IV bab dan V bab tersebut dapat diuraikan secara garis besar yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini merupakan pendahuluan yang materinya sebagian besar yaitu menyempurnakan usulan penelitian yang berisi tentang penegasan judul, alasan memilih judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari pembahasan secara terperinci yang memuat tentang teori yang digunakan seperti manajemen sumber daya manusia, motivasi kerja, motivasi kerja dalam perspektif Islam, kepuasan konsumen dan tingkat penjualan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisikan tentang pengembangan metodologi yang terdiri dari tempat penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, instrument penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini menguraikan deskripsi data penelitian, pembahasan hasil penelitian dan analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari serangkaian skripsi berdasarkan analisis yang telah dilakukan serta saran-saran untuk disampaikan kepada objek penelitian, konsumen dan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Manajemen Sumber Daya Manusia

a. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu perusahaan, di samping faktor yang lain seperti modal. Oleh karena itu, SDM harus dikelola dengan baik untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi, sebagai salah satu fungsi dalam perusahaan yang dikenal dengan manajemen sumber daya manusia (MSDM).[10]

Haris dan Ogbana (2001) menegaskan bahwa human resources managements as programs, policies, and practices for managing an organization's work force. Lainnya melihat manajemen sumber daya manusia dari sisi aktivitas yang dilaksanakan seperti Sedarmayanti (2009) menegaskan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah kebijakan dan praktik menentukan aspek manusia atau sumber daya manusia dalam posisi manajemen, termasuk merekrut, menyaring, melatih, memberi penghargaan dan penilaian.

Senada juga H Simamora (2006), manajemen sumber daya manusia adalah hal-hal berkaitan dengan pembinaan, penggunaan dan perlindungan sumber daya manusia. Tugas manajemen sumber daya manusia adalah mengelola unsur-unsur manusia dengan segala potensi yang dimiliki sehingga dapat diperoleh sumber daya manusia yang dapat mencapai tujuan organisasi. Hal sama dikemukakan Michael Amstrong (1987), ia mendefinisikan manajemen sumber daya manusia sebagai pendekatan strategis terhadap keterampilan, motivasi

---

[10] Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si, "Manajemen Sumber Daya Manusia Pengadaan, Pengembangan, dan Peningkatan Produktivitas pegawai", PT. Grasindo, Jakarta 2002, Hal. 2.

pengembangan dan manajemen pengorganisasian sumber daya manusia.[11]

b. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Fungsi manajemen sumber daya manusia terbagi menjadi 2, yaitu fungsi manajerial dan fungsi operasional.

1) Fungsi Manajerial

Fungsi-fungsi manajerial pada manajemen sumber daya manusia diarahkan untuk mewujudkan sasaran pokok manajemen sumber daya manusia, yaitu mendayagunakan secara optimal sumber daya manusia dalam suatu organisasi. Fungsi manajerial terdiri dari fungsi-fungsi antara lain :

a) Perencanaan adalah merencanakan tenaga kerja secara efektif agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam membantu terwujudnya tu-juan.
b) Pengorganisasian adalah kegiatan untuk meng-organisasi semua pegawai dengan menetapkan pembagian kerja, hubungan kerja, delegasi wewenang, integrasi, dan koordinasi dalam bagan organisasi (organization chart).
c) Pengarahan adalah kegiatan mengarahkan semua pegawai, agar mau bekerja sama dan bekerja efektif serta efisien dalam membantu tercapainya tujuan perusahaan, pegawai, dan ma-syarakat.
d) Pengendalian adalah kegiatan mengendalikan semua pegawai, agar mentaati peraturan-peraturan perusahaan dan bekerja sesuai dengan rencana.(Hasibuan, 2007).

2) Fungsi Operasional

Fungsi operasional dalam Manajemen Sumber Daya Manusia merupakan basic (dasar) pelaksanaan proses MSDM yang efisien dan efektif

[11] Tinneke Evie Meggy Sumual, “Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)”, CV. R.A.De.Rozarie (Anggota Ikatan Penerbit Indonesia), Surabaya 2017, Hal. 2.

dalam pencapaian tujuan organisasi / perusahaan. Fungsi Operasional terdiri dari fungsi-fungsi sebagai berikut :

a) Pengadaan adalah proses penarikan, seleksi, penempatan, orientasi, dan induksi untuk mendapatkan pegawai yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan, pengadaan yang baik akan membantu terwujudnya tujuan.
b) Pengembangan adalah proses peningkatan keterampilan teknis, teoritis, konseptual, dan moral pegawai melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dan pelatihan yang diberikan harus sesuai dengan kebutuhan pekerjaan masa kini maupun masa depan.
c) Kompensasi adalah pemberian balas jasa langsung (direct) dan tidak langsung (indirect), uang atau barang kepada pegawai sebagai imbalan jasa yang diberikan kepada perusahaan.
d) Pengintegrasian adalah kegiatan untuk mempersatukan kepentingan perusahaan dan kebutuhan pegawai, agar terciptanya kerja sama yang serasi dan saling menguntungkan.
e) Pemeliharaan adalah kegiatan untuk memelihara atau meningkatkan kondisi fisik, mental, dan loyalitas pegawai, agar mereka tetap mau bekerja sama sampai pensiun.
f) Kedisiplinan merupakan fungsi MSDM yang terpenting dan kunci terwujudnya tujuan karena tanpa disiplin yang baik sulit mewujudkan tujuan perusahaan.
g) Pemberhentian adalah putusnya hubungan kerja seseorang dari suatu perusahaan (Hasibuan, 2007).[12]

[12] Vika Luila dan Bambang Haryadi, 2013, “Pengembangan Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada PT Ageless Aesthetic Clinic”, Jurnal Agora, Vol. 1 No. 3, Hal. 2.

c. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia

Manajemen sumber daya manusia bermaksud memperbaiki kontribusi produktif orang-orang terhadap organisasi dengan cara yang bertanggung jawab secara srategis, etis dan sosial. Tujuan dari manajemen sumber daya manusia secara umum adalah untuk memastikan bahwa organisasi mampu mencapai keberhasilan melalui kerja sama dan kontribusi aktif dari manusia.

1) Tujuan kemasyarakatan

Secara sosial dan etis bertanggung jawab akan kebutuhan masyarakat dan tantangan masyarakat dan meminimalisasi pengaruh negatif dari tuntutan-tuntutan terhadap organisasi.

2) Tujuan organisasional

Manajemen sumber daya manusia merupakan alat untuk membantu organisasi dalam mencapai tujuan seperti mendayagunakan tenaga kerja secara efisien dan efektif, meningkatkan produktivitas perusahaan, mengkomunikasikan kebijakan sumber daya manusia kepada semua karyawan.

3) Tujuan fungsional

Membantu sumber daya manusia meningkatkan kualitas agar dapat memberi kontribusi bagi organisasi seperti menyediakan programprogram rekrutmen, pelatihan dan pengembangan yang inovatif, menemukan pendekatan yang dapat memotivasi orang-orang terbaik.

4) Tujuan Pribadi

Membantu pegawai dalam mencapai tujuan pribadi mereka sejauh tujuan ini membantu kontribusi mereka untuk organisasi. Tujuan pribadi dari pegawai harus dipenuhi jika organisasi ingin tetap memelihara dan memotivasi mereka sebab jika

tidak, performansi dan tingkat kepuasan akan menurun bahkan akan meninggalkan organisasi.[13]

d. Ruang Lingkup Manajemen Sumber Daya Manusia

Sedarmayanti mengemukakan berkaitan tentang ruang lingkup manajemen sumber daya manusia (SDM) berdasarkan masa pelaksanaannya dan tugas pengembangan, ke dalam beberapa bagian di antaranya sebagai berikut:

1) Pre Service Training (Pelatihan Pra Tugas) Pelatihan yang diberikan kepada calon karyawan yang akan memulai untuk bekerja, atau karyawan baru yang bersifat pembekalan, agar mereka dapat melaksanakan tugas yang nantinya dibebankan kepada mereka.
2) In Service Training (Pelatihan dalam Tugas) Pelatihan dalam tugas yang dilakukan untuk karyawan yang sedang bertugas dalam organisasi dengan tujuan meningkatkan kemampuan dalam melaksanakan pekerjaan.
3) Post Service Training (Pelatihan Purna/Pasca Tugas) Pelatihan yang dilaksanakan organisasi untuk membantu dan mempersiapkan karyawan dalam menghadapi pensiun.[14]

e. Manajemen Sumber Daya manusia Dalam Perspektif Islam

Sumber daya manusia maerupakan kekuatan terbesar dalam pengolahan seluruh resources yang ada dimuka bumi, karena pada dasarnya seluruh ciptaan Allah SWT yang ada di muka bumi ini sengaja diciptakan oleh Allah SWT untuk kemaslahatan umat manusia. Hal ini sangat jelas ditegaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Jatsiyah ayat 13:

---

[13] Tinneke Evie Meggy Sumual, "Manajemen Sumber Daya Manusia..., Hal. 7-8.

[14] Eri Susan, Agustus 2019, "Manajemen Sumber...", Hal. 6.

وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِي ٱلسَّمَٰوَٰتِ وَمَا فِي ٱلْأَرْضِ جَمِيعًا مِّنْهُ ۚ إِنَّ فِي ذَٰلِكَ لَأَيَٰتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١٣﴾

Artnya: "Dan Dia menundukkan untukmu apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah SWT) bagi kaum yang berpikir".

Jika manusia telah mampu untuk mengamalkan hal di atas tentulah sumber daya manusia dan alam akan teroptimalkan. Pengayaan kualitas SDM merupakan suatu keharusan dalam Islam, sebagaimana yang telah disampaikan oleh Rasulullah SAW bahwa menuntut ilmu adalah wajib dari mulai lahir hingga wafat. Oleh karena itu mempelajari semua ilmu, baik umum maupun keagamaan merupakan suatu keharusan. Yang harus digaris bawahi ialah ke mana ilmu itu akan digunakan.

MSDM yang ada dalam Islam adalah semua sumber daya yang dimanfaatkan untuk ibadah kepada Allah SWT, bukan untuk yang lainnya. Dengan adanya rasa menerima amanah dari Allah SWT maka kemampuan yang dimiliki akan ditingkatkan dan dilakukan dalam rangka menjalakan amanah yang diemban. Sifat yang akan tercermin dari sumber daya manusia Islami yang baik ialah siddiq, amanah, fatonah, tablig. Keempat sifat ini adalah tolak ukur yang riil untuk mengukur keunggulan sumber daya manusia Islami. Semua sifat dan keadaan yang ideal tersebut tentunya tidak akan ada dengan sendirinya melainkan harus dengan usaha yang sungguh-sungguh dan kesabaran yang luar biasa, sebagaimana firman-Nya dalam surah Ar-Raad ayat 11:

إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوۡمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُواْ مَا بِأَنفُسِهِمۡۗ

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri"

Pada intinya MSDM Islam tetap mengacu pada pencapaian kesejahteraan yang diridhoi oleh Allah SWT, Tuhan semesta alam, bagaimanapun caranya.[15]

2. Motivasi Kerja

a. Pengertian Motivasi Kerja

Motivasi didefinisikan sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan seseorag dalam upaya untuk mencapai tujuan. (Robbins and Judge, 2015:127). Teori motivasi higiene yang dikemukakan Herzberg sering disebut sebagai teori dua faktor dan dipusatkan pada sumber-sumber motivasi yang berkaitan dengan penyelesaian kerja. Herzberg menyimpulkan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan kerja merupakan hasil dari dua faktor yang berbeda (Herzberg, Mousner dan Snyderman, 2005: 59).[16]

Motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan, dan memelihara perilaku manusia. Motivasi ini merupakan subyek yang penting bagi manajer, karena menurut defenisi manajer harus dengan dan melalui orang lain. Hasibuan(2011) menyatakan bahwa motivasi kerja adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintregasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai

---

[15] Dr. H. Arman Paramansyah, S.E.,M.M. dan Ade Irvi Husna, S.Sos.,M.AB., "Manajemen Sumber Daya Manusia", Pustaka Al-Muqsith, Bekasi 2021, Hal. 46-47.

[16] Tri Andjarwati, April 2015, "Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland", Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. 1 No. 1.

kepuasan.Mangkunegara (2013) menyatakan bahwa motif merupakan suatu gerakan dorongan kebutuhan dalam diri karyawan yang perlu dipenuhi agar karyawan tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya, sedangkan motivasi adalah kondisi yang menggerakkan karyawan agar mampu mencapai tujuan dari motifnya.Luthans (2006) menyatakan motivasi adalah proses yang dimulai dengan defenisi fisiologis atau psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan atau insentif.[17]

b. Aspek Motivasi Kerja

Herzberg, dalam suatu penelitiannya menemukan dua kelompok aspek-aspek yang mempengaruhi kerja seseorang dalam organisasi yang disebut teori dua faktor. Campbell dan Pritchard (dalam Dunnette, 1976) menyebut kedua aspek tersebut sebagai extrinsic dan intrinsinsic. Berdasarkan aspek-aspek motivasi kerja yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek yang mempengaruhi motivasi kerja karyawan dalam organisasi terbagi dua bagian besar meliputi:

1) Aspek ekstrinsik, terdiri gaji, pengawasan, hubungan antar pribadi, kebijaksanaan dan administrasi, kondisi kerja, dan keamanan kerja.
2) Aspek intrinsik, terdiri prestasi, penghargaan, tanggung jawab, kemajuan, perkembangan, dan pekerjaan itu sendiri.

Kedua aspek motivasi kerja tersebut merupakan aspek-aspek pendorong timbulnya dan mempengaruhi motivasi kerja akan dipergunakan dalam pembuatan angket motivasi kerja dalam penelitian ini. Aspek-aspek

[17] Jufrizen, 2018, "Peran Motivasi Kerja Dalam Memoderasi Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan", Jurnal Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital, Hal. 413.

motivasi kerja tersebut mempunyai pengaruh terhadap kinerja dan performansi karyawan.[18]

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Kerja

Winardi (2011) menyebutkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi kerja seorang karyawan berasal dari 2 faktor, yaitu internal dan eksternal.

1) Faktor internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri seorang karyawan. Faktor internal terdiri dari persepsi mengenai diri sendiri, harga diri, prestasi, harapan, kebutuhan, pembawaan individu, tingkat pendidikan dan pengalaman masal lalu.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar diri karyawan. Faktor ini terdiri dari lingkungan kerja, pemimpin dan gaya kepemimpinannya, tuntutan perkembangan organisasi dan dorongan atasan.

d. Indikator Motivasi Kerja

Motivasi kerja secara konsep yaitu pemberian kebutuhan PT Intan Jaya Keramik kepada karyawannya yang meliputi: kebutuhan fisik, rasa aman, kebutuhan sosial, penghargaan dan aktualisasi diri.

a. Kebutuhan Fisik

Ditunjukan dengan: pemberian gaji, pemberian bonus, uang makan, uang transport, fasilitas perumahaan dan sebagainya.

b. Rasa Aman

Ditunjukan dengan: fasilitas keamanan dan keselamatan kerja yang diantaranya jaminan sosial tenaga kerja, dana pensiun, asuransi kesehatan,

[18] Masrul Badri dan Azhar Aziz, Juni 2011, "Pengaruh *Locus of Control* Dan Harga Diri Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Dinas pendidikan Kota Medan", Jurnal Analitika Vol. 3 No.1, Hal. 32-33.

asuransi kecelakaan dan perlengkapan keselamatan kerja.

c. Kebutuhan Sosial

Ditunjukan dengan: melakukan interaksi dengan orang lain yang diantaranya untuk diterima di kelompok dan kebutuhan untuk dicintai dan mencintai.

d. Penghargaan

Ditunjukan dengan: pengakuan dan penghargaan berdasarkan kemampuannya yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh pegawailain dan pimpinan terhadap prestasi kerja.

e. Aktualisasi Diri

Ditunjukan dengan sifat pekerjaan yang menarik dan menantang, dimana pegawai tersebut mengerahkan kemampuan, kecakapan, keterampilan, dan potensinya.

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:75) definisi kepuasan adalah: Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Tjiptono (2014:353), menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin Satis yang berarti cukup baik, memadai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang

atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka.[19]

Menurut Tjiptono (2008:25-26), menyatakan bahwa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur antara lain meliputi: kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*featur*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), kemampuan melayani (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).[20]

Pada intinya, bila kinerja produk lebih kecil dari kinerja yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sedangkan bila kinerja produk sama dengan kinerja yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas. Lebih jauh lagi, bila kinerja produk lebih besar dari kinerja yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

b. Elemen Kepuasan Konsumen

Wilkie (1994) menyatakan bahwa terdapat lima elemen pada kepusan konsumen yaitu *expectations*, *performance*, *comparison*, *confirmation/ disconfarmantion*, dan *discrepancy*.

1) *Expectations* (harapan)

Harapan konsumenterhadap suatu barang atau jasa telah dibenuk sebelum konumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian

---

[19] Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang dan Agus Supandi Soegoto, Juli 2018, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Air Manado", Jurnal EMBA Vol. 6 No. 3, Hal. 1661.

[20] Imam Heryanto, "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan", Jurnal STIE Pasundan Bandung, ISSN 2443-2121.

dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka.

2) *Performance* (kinerja)

Performance merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Selama mengkonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

3) *Comparison* (perbandingan)

Setelah mengkonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan membandingkan harapan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

4) *Confirmation* atau *disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain. Melalui penggunaan merek lain dan komunikasi dari perusahaan serta orang lain, konsumen membandingkan harapan kinerja barang atau jasa yang dibeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut. *Confirmation* terjadi ketika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. *Disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi confirmation dan disconfirmation yaitu ketika harapan melebihi kinerja aktual barang atau jasa.

5) *Discrepancy* (ketidaksesuaian)

Discrepancy mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. *Negative disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada di bawah level harapan, kesenjangan yang

lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan. Sebaliknya *positive disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada di atas level harapan. Ketika konsumen puas, maka konsumen akan menggunakan barang atau jasa yang sama, dan ketika konsumen merasa tidak puas, maka konsumen akan menuntut perbaikan atau komplain terhadap perusahaan.[21]

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Anton M Mulyono (1999: 207), kepuasan adalah menyangkut rasa senang (lega, gembira dan sebagainya) karena terpenuhi hasrat hati (keinginan). Berdasarkan pengertian tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang yang menyangkut rasa senang, lega, gembira dan sebagainya karena telah terpenuhi hasrat hatinya. Perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang dapat memuaskan konsumen mereka. Pemenuhan kepuasan konsumen harus disertai dengan pemantauan terhadap kebutuhan dan keinginan mereka (konsumen). Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1) Performa produk atau jasa

Performa atau keunggulan suatu produk atau jasa sangatlah penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Mutu produk merupakan keunggulan bersaing yang utama.

2) Citra perusahaan atau produk (merek)

Terbentuknya citra merek (*brand image*) dan nilai merek (*brand equity*) adalah pada saat konsumen memperoleh pengalaman yang menyenangkan dengan produk yang ditawarkan.

---

[21] Albertus Christian dan Diah Dharmayanti, S.E., M.Si., 2013, "Pengaruh *Experiental Marketing* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Customer Loyalty* The Light Cup Di Surabaya Town Square", Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No. 2, Hal. 3.

3) Nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima konsumen

Pembeli menginginkan nilai yang ditawarkan sesuai dengan harga yang diberikan, oleh karenanya terdapat hubungan yang menguntungkan antara harga dan nilai.

4) Kinerja atau prestasi karyawan

Kinerja produk dan sistem pengiriman tergantung pada bagaimana semua bagian organisasi bekerja sama dalam proses pemenuhan kepuasan konsumen.

5) Persaingan, kelemahan dan kekuatan

Para pesaing juga mempengaruhi kepuasan konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing.[22]

d. Indikator Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen secara konsep yaitu pemenuhan kepuasan terhadap produk maupun pelayan yang diberikan oleh karyawan PT Intan Jaya Keramik melalui beberapa indikator yaitu: kualitas produk, harga, kualitas jasa, faktor emosional dan biaya atau kemudahan mendapatkan barang atau jasa.

a. Kualitas Produk

Ditunjukan dengan pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.

b. Harga

Ditunjukan dengan biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Atau dengan adanya harga promosi atau diskon.

c. Kualitas Jasa

Ditunjukan dengan pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau

---

[22] Setyaningsih Sri Utami, April 2009, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Mempergunakan Jasa Transportasi PT Solo Central Taxi Di Surakarta", Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 9 No. 1, Hal. 38.

sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan.

d. Factor Emosional

Ditunjukan dengan harga diri atau nilai social yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

e. Biaya atau Kemudahan Mendapatkan Barang atau Jasa

Ditunjukan dengan kenyamanan dan efisin dalam mendapatkan suatu produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan konsumen.

4. Pencapaian Penjualan

a. Pengertian Penjualan

Menurut Hermawan (2006) bahwa penjualan merupakan "Kegiatan terdepan perusahaan di dalam menghasilkan sesuatu dari suatu proses pertukaran yang terjadi dipasar. Menurut Sadeli (2005) "Penjualan adalah suatu tindakan untuk menukar barang atau jasa dengan uang dengan cara mempengaruhi orang lain agar mau memiliki barang yang ditawarkan sehingga kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dan kepuasan" Menurut Akbar (2004) Penjualan adalah pendapatan dari penjualan barang dagangan.

Dari beberapa pengertian menurut para ahli di atas , dapat disimpulkan bahwa penjualan merupakan transaksi penyerahan barang atau jasa sehingga menimbulkan pendapatan bagi pihak penjual yang dapat dilakukan baik secara tunai maupun secara kredit. Menurut Swasta (2005) perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan umum dalam penjualan, yaitu:

1) Mencapai volume penjualan tertentu.
2) Mendapatkan laba tertentu.

3) Menunjang pertumbuhan perusahaan.[23]

b. Tujuan Penjualan

Kemampuan perusahaan dalam menjual produknya menentukan keberhasilan dalam mencari keuntungan, apabila perusahaan tidak mampu menjual maka perusahaan akan mengalami kerugian. Menurut Basu Swastha DH (2004 : 404) tujuan umum penjualan dalam perusahaan yaitu:

1) Mencapai volume penjualan
2) Mendapatkan laba tertentu
3) Menunjang pertumbuhan perusahaan[24]

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Dalam kenyataanya sebuah kegiatan penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari dalam maupun dari luar, beberapa faktor tersebut antara lain:

1) Kondisi dan Kemampuan Pasar

   Disini penjual harus dapat meyakinkan pembeli agar berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan untuk maksud tertentu, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan yaitu:

   a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan.
   b) Harga pokok.
   c) Syarat penjualan seperti pembayaran, perantaraan garansi dan sebagainya.

2) Kondisi Pasar
3) Modal
4) Kondisi Organisasi Perusahaan[25]

---

[23] Darma Wijaya dan Roy Irawan, Maret 2018, "Prosedur Administrasi Penjualan *Bearing* Pada Usaha Jaya Teknika Jakarta Barat", Jurnal Perspektif Vol. 16 No. 1, Hal. 27.

[24] Indra Sasangka dan Rahmat Rusmayadi, 2018, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Minimarket Minimart'90 Bandung", Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Akuntansi Vol. 2 No. 1, Hal. 134.

[25] Husaeri Priatna, S.Ak., M.M. dan Mochamad Rudi Trisnawan, S.Ak., September-Desember 2016, "Pengaruh Persediaan Bahan Baku Dan Volume Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Kasus Pada CV. Cisatex Di Daerah Majalaya)", Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol. 7 No. 3, Hal. 3.

d. Indikator Pencapaian Penjualan

Pencapaian penjualan secara konsep merupakan cara perusahaan memperbanyak produksi dan memperlancar proses penjualan, yang melalui beberapa indikator yaitu: kondisi dan kemampuan perusahaan, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor lain.

a. Kondisi dan Kemampuan Perusahaan

Kondisi dan kemampuan terdiri dari pemahaman atas beberapa masalah penting yang berkaitan dengan produk yang dijual.

b. Kondisi Pasar

Pasar mempengaruhi kegiatan dalam transaksi penjualan baiksebagai kelompok pembeli atau penjual.

c. Modal

Modal atau dana sangat diperlukan dalam rangka untuk mengangkut barang dagangan ditempatkan atau untuk membesar usahanya.

d. Kondisi Organisasi

Pada perusahan yang besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri, yaitu bagian penjualan yang dipegang oleh orangorang yang ahli dibidang penjualan.

e. Faktor Lain

Faktor-faktor lain seperti periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah sering mempengaruhi penjualan karena diharapkan dengan adanya faktor-faktor tersebut pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.

5. Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sukarna, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan

berbagai faktor yang telah diidentifikasi dengan masalah yang penting.[26]

Hakekatnya motivasi kerja adalah untuk membangun semangat kerja maupun kinerja karyawan di suatu perusahaan agar tercapainya tujuan perusahaan. Situasi dalam lingkungan kerja bagi karyawan juga membawa pengaruh terhadap kinerja para karyawan terhadap perusahaan. Sunyoto (2013:230) dengan adanya motivasi diharapkan setiap individu tenaga kerja mau bekerja keras dan antusias untuk mencapai produktivitas kerja yang tinggi. Tingkah laku seseorang dipengaruhi serta dirangsang oleh keinginan, kebutuhan, tujuan dan keputusannya. Rangsangan timbul dari diri sendiri (internal) dan dari luar (eksternal) lingkungan. Motivasi ini dapat mempengaruhi produktivitas kerja sehingga apabila motivasi yinggi maka produktivitas kerja juga tinggi.[27]

Menurut Tjiptono (1997:24) kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evolusi ketidaksesuaian (discinfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama, antara lain dengan semakin banyaknya badan usaha yang menyatakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi, iklan.[28]

Untuk lebih memperjelas tentang arah dan tujuan dari penelitian secara utuh, maka perlu diuraikan suatu konsep berpikir dalam penelitian ini adalah Motivasi Kerja (X_1) dan Kepuasan

---

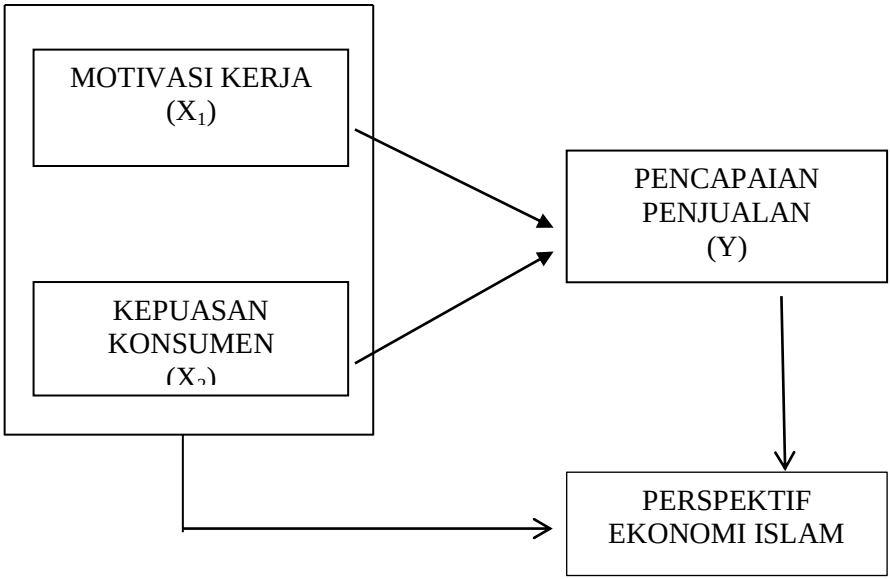
[26] Sugiono, “Metode Penelitian Kombinasi (Miked Methods)”, Alfabeta, Bandung 2017, Hal. 93.

[27] Nila Rizkie Febrianti, Hety Mustika Ani, Wiwin Hartanto, 2019 “Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Pengrajin Kuningan Di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso”, Jurnal Pendidikan Ekonomi, ISSN 1907-9990 E-ISSN 2548-7175, Vol. 13 No. 1, Hal. 43.

[28] Trisno Musanto, September 2004, "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya", Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 6 No. 2, Hal. 125.

Konsumen (X_2) berpengaruh terhadap Pencapaian Penjualan (Y) di PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

Gambar 2.1
Skema Kerangka Berpikir



B. Pengajuan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas masalah penelitian, jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Pencapaian Penjualan

Menurut model penilaian motivasi kerja karyawan dari Victor H. Vroom atau disebut Model Vroomean (Husein Umar, 2009) prestasi kerja seorang bergantung pada motivasi dan kemampuan kerjanya atau dalam rumus P=MxA; P untuk prestasi, M untuk motivasi, dan A untuk kemampuan kerja. Dalam hal ini, motivasi ialah keinginan seseorang untuk

melakukan sesuatu karena memang dia menginginkan untuk melakukannya dan juga karena merasa wajib melakukan itu (William B. Wrther, Jr. dan Keith Davis, 2006). Selanjutnya dikatakan jika mereka termotivasi, mereka akan membuat pilihan positif untuk melakukan sesuatu misalnya karena hal itu dapat memuaskan beberapa kebutuhan mereka. Adapun, kemampuan kerja ialah kesanggupan, kecakapan, atau kekuatan yang dimiliki seseorang sebagai perwujudan dari pengetahuan dan keterampilan dalam suatu bidang kerja.[29]

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syahyono (2016) yang berjudul *Pengaruh Motivasi Divisi Karyawan Marketing Terhadap Tingkat Penjualan*" menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja terhadap tingkat penjualan.

Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motifasi kerja (X_1) terhadap pencapaian penjualan (Y) pada karyawan PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

2. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan atau kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian. Indicator kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Deng, Lu, Wei, dan Zhang (2010), antara lain: pilihan untuk suatu penyedia layanan adalah suatu hal yang bijaksana, melakukan hal yang benar dengan berlangganan pada suatu penyedia layanan, dan secara keseluruhan layanan yang diberikan adalah memuaskan.

Menurut Tjiptono (2012), meskipun belum ada consensus mengenai cara mengukur kepuasan pelanggan,

[29] Syahyono, Februari 2016, "Pengaruh Motivasi Divisi Karyawan Marketing Terhadap Tingkat Penjualan", Jurnal AKP, Vol. 6 No. 1, Hal. 3.

sejumlah studi menunjukkan bahwa ada tiga aspek penting yang perlu ditelaah dalam kerangka pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu: kepuasan general atau keseluruhan, konfirmasi harapan, perbandingan dengan situasi ideal.[30]

Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan konsumen (X_2) terhadap pencapaian penjualan (Y) pada karyawan PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

3. Pengarauh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan Secara Simultan

Motivasi kerja merupakan modal utama yang harus dimiliki seorang pegawai. Pegawai yang memiliki motivasi kerja yang tinggi, cederung berusaha meningkatkan kemampuan menyelesaikan pekerjaannya. Motivasi kerja sangat penting guna meningkatkan kinerja, karena motivasi kerja yang tinggi seorang pegawai dapat menampilkan kinerja yang baik karena pegawai menampilkan semua kemampuannya.[31]

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Syarah Amalia dan Mahendra Fakhri (2016) dengan judul "*Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gramedia Asri Media Cabang Emerald Bintaro*" pada penelitian ini variabel motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan atau kesenjangan antara harapan sebelum

---

[30] Chintya Suryanna, Stefanus Prima Nugroho, Hariyani, November 2018, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Keanggotaan", Jurnal Ilmiah Progresif Manajamen Bisnis (JIPMB), Vol. 24 No. 2, Hal. 2.

[31] Aminah Junaid, Bharuddin Semmaila, Serlin Serang, April 2020, "Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi Kerja, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Pasar Makassar Raya", Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol. 3 No. 2, Hal. 123-124.

pembelian dengan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pembelian.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Chintya Suryana, Stefanus Prima Nugroho, Hariyani (2018) dengan judul "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Keanggotaan*" pada penelitian ini variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas keanggotaan.

Sehingga berdasarkan uraian di atas, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motivasi kerja (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2) terhadap pencapaian penjualan (Y) pada karyawan PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan selama peneliti mengambil mata kuliah skripsi sampai selesai dengan mengumpulkan data yang sudah diperoleh dari perusahaan dan kuesioner.

2. Tempat Penelitian

Sedangkan tempat penelitian penulis membatasi tempat penelitian karena penulis berfokus pada analisis motivasi kerja dan kepuasan konsumen dalam pencapaian penjualan di PT Intan jaya Keramik yang berlokasi di Jln. Raden Saleh No. 3 Way Huwi.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[32]

Penelitian ini termasuk jeis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dalam ranah kehidupan yang sebenarnya.[33] Menurut sudut tujuan bidangnya penilitian ini masuk dalam kategori penelitian ekonomi. Berdasarkan sifat penelitiannya, skripsi ini merupakan penelitian deskriptif analisis, yaitu penelitian yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data,

---

[32] Sugiono, Bandung 2009, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Jurnal Alfabeta, Hal. 8.

[33] Kartini Kartono, Bandung 1986, "Pengantar Metode Riset Sosial", Alumni, Hal. 25

jadi ia juga menyajikan data, menganalisis dan menginterprestasi.[34]

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehngga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan.[35] Dalam hal ini penulis menggunakan tiga variabel bebas, variabel terikat dan variabel mediasi.

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel bebas sering disebut juga variabel prediktor, stimulus, input, atau variabel yang mempengaruhi. Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel bebas adalah motivasi kerja (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2).

b. Variabel Terikat

Variabel dependent atau variabel terikat sering juga disebut variabel criteria, respondan output (hasil). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independent (bebas). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah pencapaian penjualan (Y).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam suatu penelitian, populasi yang dipilih mempunyai hubungan yang erat dengan masalah yang ditelti. Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga, Singarimbun & Effendi (1989). Populasi dalam penelitian ini adalah tenaga kerja pada PT Intan jaya Keramik sebanyak 25 orang dan konsumen sebanyak 25 orang, total ada 50 orang.

---

[34] Cholid Narbuko, Jakarta 2008, “Metode Penelitian”, Jurnal Bumi Aksara, Hal. 44

[35] Kartini Kartono, “Pengantar Metode...”, Hal. 27

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari elemen-elemen populasi yang hendak diteliti. Adapun ide dasar dari pengambilan sampel bahwa menyeleksi bagian dari elemen-elemen populasi, kesimpulan tentang keseluruhan populasi diharapkan dapat diperoleh, Cooper & Pamela (2001). Keunggulan ekonomis pengambilan sampel adalah biayanya lebih murah dan memberikan hasil yang lebih cepat. Responden penelitian ini terdiri dari tenaga kerja PT Intan Jaya Keramik sebesar 25 orang dan konsumen sebesar 25 orang. metode sampling menggunakan *purposive sampling*, yaitu dengan persyaratan tenaga kerja yang telah memiliki pengalaman minimal 1 tahun.

Rumus pembelian ampel menurut Ridwan apabila populasi tidak diketahui secara pasti adalah sebagai berikut:

$$n = (\frac{\frac{Za}{2\sigma}}{e})$$

Keterangan:

N : Besarnya sampel

Zα : Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%

σ : Standar deviasi populasi

e : tingkat kesalahan atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independen*) dalam penelitian ini yaitu motivasi kerja (X_1) dan kepuasan konsumen (X_2), sedangkan variabel terikatnya (*dependen*) yaitu pencapaian penjualan (Y).

Pada usulan atau rancangan penelitian merupakan hal yang penting untuk menentukan batasan antara pengertian

konseptual dan pengertian operasional dari setiap istilah-istilah atau konsep yang dimaksud.[36]

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Pernyataan
Motivasi Kerja (X_1) Pemberian kebutuhan PT Intan Jaya Keramik kepada karyawannya.	1. Fisik	- Perusahaan sudah menyediakan fasilitas yang dibutuhkan karyawan - Gaji yang Saya terima seimbang dengan apa yang Saya kerjaan. - Saya merasa puas karena kenyamanan yang didapatkan di tempat kerja.
	2. Rasa aman	- Sudah tersedia jaminan kecelakaan dan keselamatan bekerja sesuai dengan SOP untuk karyawan? - Saya bangga bekerja di perusahaan ini karena kebijakan perusahaan dan sistem administrasi sangat berpihak bagi karyawan. - Atasan saya selalu berterima kasih terhadap pekerjaan yang telah selesai saya lakukan.
	3. Kebutuhan sosial	- Setiap karyawan menjalin hubungan dengan sesama rekan kerja dan atasan adalah prioritas yang utama - Saya memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja.

[36] Chintya Suryana, Stefanus Prima Nugroho dan Hariyani, November 2018, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan…", Hal. 3.

		- Pekerjaan saya sangat menarik.
	4. Penghargaan diri	- Perusahaan memberikan penghargaan kepada karyawan yang telah baik dalam menjalankan pekerjaannya? - Sistem kerja yang efektif yang diberikan atasan dapat mempermudah saya melakukan pekerjaan. - Saya bangga bekerja di perusahaan ini karena menghargai apa yang telah saya capai.
	5. Aktualisasi diri	- Setiap karyawan yang memiliki prestasi kerja yang tinggi sudah mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan diri? - Saya bekerja dengan penuh tanggung jawab. - Saya bangga bekerja di perusahan ini karena Saya dapat berkembang sebagai seorang individu.
Kepuasan Konsumen (X_2) Memenuhi kepuasan terhadap produk mauoun pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT Intan Jaya	1. Kualitas produk	- Kualitas produk yang ditawarkan pada PT Intan Jaya Keramik memuaskan dan sesuai yang diharapkan - Selama menjadi konsumen di PT Intan Jaya Keramik perusahaan dapat mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk.

Keramik.		- Karyawan perusahaan dapat mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk.
	2. Harga	- Harga (adanya harga promosi atau diskon) yang ditawarkan PT Intan Jaya Keramik sudah sesuai yang Anda harapkan - Ketika saya mendapatkan kesulitan kerja pemimpin perusahaan memberikan masukan. - Harga produk pada PT Intan Jaya Keramik yang ditawarkan sesuai dengan harga pasar
	3. Kualitas jasa	- Pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada PT Intan Jaya Keramik membuat Anda merasa puas. - Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan apa yang Anda inginkan. - Ketika Saya mendapatkan kesulitan memilih produk, karyawan perusahaan memberikan masukan terkait produk yang akan dibeli.
	4. Faktor emosional	- Merasa senang dan akan kembali lagi membeli produk yang ditawarkan PT Intan Jaya Keramik. - Pemimpin perusahaan memberikan Saya reward

		jika melakukan pembelian - Kualitas produk sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh karyawan
	5. Biaya atau kemudahan mendapatkan barang atau jasa	- PT Intan Jaya Keramik memberikan kemudahan Anda mendapatkan produk barang yang Anda inginkan. - PT Intan Jaya Keramik melakukan program promosi (periklanan/kampanye) terkait dengan produk yang dijual kepada konsumen? - Program promosi terkait poduk yang dijual, dapat mempengaruhi minat Anda untuk membeli produk yang dijual oleh PT Intan Jaya Keramik
Pencapaian Penjualan (Y) Cara perusahaan memperbanyak produksi dan memperlancar proses penjualan.	1.Kondisi dan kemampuan perusahaan	- Selama bekerja di PT Intan Jaya Keramik, perusahaan dapat mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk. - Saya bekerja sesuai dengan prosedur kerja yang telah ditetapkan perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan. - Saya berusaha untuk selalu terlibat dalam penyelesaian tugas pekerjaan kelompok sesuai dengan tingkat penjualan. - Saya mempercayai kemampuan yang

		dimiliki rekan kerja saya dalam penyelesaikan pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan.
	2.Kondisi pasar	- Pasar sebagai salah satu penunjang transaksi jual beli produk pada PT Intan Jaya Keramik. - Saya mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan Perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan. - Saya selalu fokus untuk meyelesaikan tugas pekerjaan selama berada di tempat kerja sesuai dengan tingkat penjualan. - Saya hadir di kantor sesuai dengan jam kerja yang telah Ditentukan perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan.
	3.Modal	- Diperlukannya biaya tambahan untuk mendistribusikan produk barang yang akan dikirim ke lokasi konsumen. - Saya jarang melakukan kesalahan - kesalahan dalam bekerja sesuai dengan tingkat penjualan. - Saya selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk Perusahaan sesuai dengan tingkat

		penjualan. - Saya mampu berkomunikasi yang baik dengan rekan kerja sesuai dengan tingkat penjualan.
	4.Kondisi organisasi	- Sudah sesuainya penempatan karyawan pada bidang ahlinya masing-masing. - Saya mampu bekerja dengan baik sesuai dengan kompetensi yang saya miliki sesuai dengan tingkat penjualan. - Saya akan berusaha memahami apabila terjadi perbedaan pendapat antara saya dengan teman rekan kerja sesuai dengan tingkat penjualan. - Saya ikut serta bertanggung jawab dalam pelaksanaan penyelesaian pekerjaan Kelompok sesuai dengan tingkat penjualan.
	5.Faktor lain	- PT Intan Jaya Keramik melakukan promosi penjualan (periklanan, kampanye) yang diharapkan dapat mempengaruhi tingkat penjualan. - Saya memiliki keterampilan yang dapat membantu saya dalam menyelesaikan tugas pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan.

		- Saya memiliki pengetahuan yang dapat membantu saya dalam menyelesaikan tugas pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan. - Saya berusaha disiplin kerja dalam penggunaan jam kerja sesuai dengan tingkat penjualan.

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti. Data ini bisa berupa wawancara, angket, atau observasi yang akan dilakukan di PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh oleh sesuatu organisasi atau perusahaan dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi.[37] Yang telah lebih dulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi di luar dari penelitian sendiri.

F. Teknik Pengumpulan data

1. Wawancara

Metode ini digunakan untuk memperoleh data mengenai internal industri yang meliputi data yang digunakan oleh peneliti secara langsung dengan responden yang akan digunakan sebagai data primer.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data secara langsung yang dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan kepada responden. Pembuatan kuesioner ini

[37] J. Supranto, Jakarta 2010, "Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis, Rineka Cipta, Hal. 9

berdasarkan pada berbagai karakteristik yang mempengaruhi motivasi kerja, kepuasan konsumen dan pencapaian penjualan pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi.

Adapun skala pengukuran yang dilakukan adalah skala likert. Skala ini digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner. Digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam 5 poin dengan interval yang sama. Maka demikian tipe data yang digunakan adalah tipe interval.[38] Untuk itu skor yang dapat diberikan sebagai berikut:

a)	Sangar setuju	(SS)	:	5
b)	Setuju	(S)	:	4
c)	Netral	(N)	:	3
d)	Tidak setuju	(TS)	:	2
e)	Sangat tidak setuju	(STS)	:	1

3. Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala antara 1 sampai 5, karena angka tersebut dianggap familiar bagi orang Indonesia. Setiap responden diminta untuk memberikan pendapat dan pandangannya terhadap pertanyaan yang diajukan. Jawaban untuk tiap pertanyaan terdiri dari lima kategori dari jawaban sangat tidak setuju hingga sangan setuju.

G. Metode Analisis Data

Setelah keseluruhan data terkumpul, selanjutnya dapat ditarik kesimpulan dari sejumlah data yang dikumpulkan sehingga memperoleh hasil penelitian yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian. Analisis dan juga bertujuan untuk menunjukkan hubunga antara fenomena yang terkait seputar penelitian.

Deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu menganalisis pengaruh antar variabel. Dan alat uji analisis data menggunakan lineritas regresi sederhana,

[38] Rido Sanjaya (2018), “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Hal. 85.

yaitu bertujuan untuk mengetahui tiga variabel antara variabel dependent (X), variabel dependent (Y). Untuk keabsahan data, sebelum data diolah data lebih dulu diuji dengan menggunakan uji validitas kuesioner dan uji realibilitas kuesioner.

1. Uji Validitas

Suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud.

$$R = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum X)^2\} x \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R : Koefisien validitas item yang dicari
X : Skor responden untuk setiap item
$\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X
$\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y
$\sum X^2$: Jumlah kuadrat masing-masing skor X
$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat masing-masing skor Y
N : Jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan, sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.[39]

$$\alpha = \frac{k}{k-1}(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x}$$

Keterangan:

α : Koefisien reliabilitas alpha
K : Jumlah item
Sj : Varians responden untuk item I
Sx : Jumlah varians skor total

[39] Nilda Miftahul janna, "*Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Mnggunakan SPSS*", Hal. 6-7

H. Uji Prasyarat Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji statistik. Sebelum menguji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal.[40] Dalam penelitian ini penujian normalitas data menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov (Kolmogrov-Smirnov Test) dengan melihat signifikansi dari residual yang dihasilkan dan pendekatan grafik normal probability plot. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran dua (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah apabila kesalahan atau residual yang diamati tidak memiliki varian yang konstan. Kondisi heteroskedastisitas sering terjadi pada data cross saction, atau data yang diambil dari data responden dari suatu waktu tertentu. Untuk mendeteksinya dapat digunakan uji LM (*Large Multiplier*) dengan Formula LM = R^2 x N. Di mana R^2 diperoleh dari regresi e terhadap Y stimasi yang N adalah besarnya observasi. Apabila R^2 x N lebih kecil dari 9.2 maka standar error € tidak mengalami heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila R^2 x N lebih besar dari 9.2 maka error mengalami heteroskedastisitas.[41]

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dari suatu penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. Seharusnya, antara variabel-variabel bebas yang akan dianalisis tidak diizinkan mengandung aspek, indikator, ataupun dimensi yang sama, karena apabila antar variabel bebas mengandung aspek atau indikator yang

---

[40] Nuryadi and others, *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*, 2017.

[41] Marwan Effendy, Tarida Marlin, Mumuh Mulyana, Januari 2009, *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Resiko Keuangan Perusahaan*, Jurnal Ilmiah Kesatuan, No. 1 Vol. 11, Hal. 70.

sama maka koefisien regresi yang didapatkan menjadi bias dan tidak bermakna. Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apabila model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak.

I. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Regresi (Uji T)

Uji T digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial (individu) terhadap variabel terikat, dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.[42] Apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H0 ditolak dan H1 diterima, begitupun sebaliknya.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau *R-square* (R^2) bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variable bebas atau variable independen (X) terhadap variable terikat atau variable dependen(Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi atau *R-square* ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variable X secara simultan terhadap variable.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji f) digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variable bebas yang ada dalam penelitian ini secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada persentase kesalahan 5% atau (α=0,05) dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_1 diterima
b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_1 ditolak

---

[42] Imam Ghozali, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariete*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hal. 99.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Deskripsi Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pencapaian penjualan di masa pandemi covid-19 dalam perspektif ekonomi Islam yang dipengaruhi oleh Motivasi dan kepuasan Kerja karyawan pada PT Intan Jaya Keramik dan seluruh responden adalah karyawan tetap yang bekerja pada PT Intan Jaya Keramik, untuk keperluan analisis deskriptif disertakan karakteristik responden. Karakteristik responden adalah data mengenai keadaan pribadi responden didalam perusahaan. Karakteristik ini diperlukan untuk mempermudah peneliti menganalisis reponden, sehingga dapat diketahui karakteritik mayoritas dan minoritas responden. Seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan masa kerja responden tersebut.

a. Sejarah Singkat PT Intan Jaya Keramik Way Huwi

PT Intan Jaya Keramik Way Huwi merupakan bentuk perusahaan yang bergerak di bidang *ritel*. Berdiri secara resmi pada 10 April 2001, merintis usaha dari nol hanya beranggotakan 3 orang dan sekarang telah memiliki karyawan sebanyak 50 orang. Salah satu tujuan didirikannya perusahaan ini yaitu pemilik ingin memberdayakan pemuda sekitar untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar terutama pemuda-pemuda yang belum bekerja.

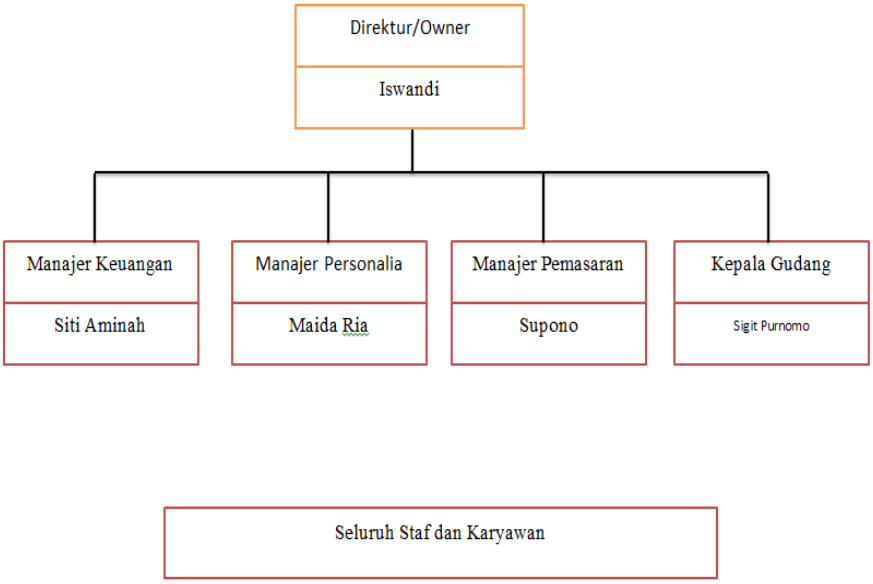
Memiliki beberapa anak cabang di beberapa daerah, salah satunya yang masih berdiri bernama Adhitya Java Kramindo (AJK) dan hanya difokuskan di pusat saja, yang berdiri sejak 2 Mei 2018. PT Intan Jaya Keramik ini melayani penjualan berbagai macam bahan bangunan seperti bahan lantai, kloset, wasatafel, dll terutama yang berbahan dasar keramik khususnya wilayah Lampung dan Sumatera.

b. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu yang sangat penting bagi sebuah instansi maupun perusahaan. Struktur organisasi yang baik berupa susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada instansi dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisah kegiatan pekerjaan antar individu dan bagaiman hubungan aktifitas dan fungsi yang dibatasi. Dengan demikian, pekerjaan dalam organisasi tersebut dapat berjalan lancar untuk tujuan organisasi tersebut.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT Intan Java Keramik



2. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan dan konsumen dari PT Intan Jaya Keramik Way Huwi. Jumlah responden sebesar 50 orang yang terdiri dari 25 karyawan dan 25 konsumen maka ditentukan dengan rumus berikut ini adalah deskripsi mengenai data responden dan identitas responden penelitian yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan atau kegiatan responden. Intrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang diberikan secara online melalui google form kepada responden yakni karyawan dan konsumen. Kuesioner disebar pada tanggal 17 Mei Sampai 23 Mei 2022. Total kuesioner yang disebarkan berjumlah 50. Dari 50 kuesioner yang disebar 50 kuesioner yang diterima kembali dengan terpenuhi jawaban yang diberikan dari responden. Hasil analisis dari kriteria responden akan disajikan dalam bentuk tabel-tabel berikut.

a. Data Jumlah Kuesioner Yang Disebarkan

Tabel 4.1 berikut ini menyajikan jumlah kuesioner yang disebarkan kepada responden.

Tabel 4.1
Data Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Jumlah kuesioner yang disebar	50	100%
2.	Jumlah kuesioner yang tidak kembali	0	0%
3.	Jumlah kuesioner yang tidak dapat diolah	0	0%
4.	Jumlah kuesioner yang dapat diolah	50	100%

Sumber: *Diolah dari data primer 2022*

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 berikut ini menyajikan hasil uji deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Laki – laki	32	64%
2	Perempuan	18	36%
Total		50	100%

Sumber: *Diolah dari data Primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat bahwa responden terbanyak berjenis kelamin laki – laki yaitu berjumlah 32 responden atau sebesar 64%, sedangkan sisanya perempuan berjumlah 13 responden atau sebesar 37%.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik menurut usia dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Jumlah	Peresentase
1	< 25 tahun	10	23%
2	26 – 35 tahun	17	34%
3	36 – 55 tahun	23	43%
4	56 >	0	0%
Total		50	100%

Sumber*: Diolah dari data Primer,2022*

Berdasarkan tabel 4.3 terlihat bahwa responden yang berusia kurang dari <25 tahun berjumlah 10 responden atau sebesar 23%. Selanjutnya responden yang berusia lebih dari 26 – 35 tahun berjumlah 17 responden atau sebesar 34%, dan jumlah responden yang berusia lebih dari 36 – 45 tahun berjumlah 23 responden atau sebesar 43% dan merupakan yang memiliki persentase terbesar serta tidak ada responden yang berusia lebih dari 56 tahun.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik menurut pendidikan akhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir

No	Keterangan	Jumlah	Peresentase
1	SMA	35	67%
2	D3	15	33%
3	S1	0	0%
4	S2	0	0%
	TOTAL	50	100%

Sumber*: Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.4 data menunjukkan 35 responden atau sebesar 67% berpendidikan akhir SMA, 15 responden atau sebesar 33% berpendidikan akhir D3, 0 responden atau sebesar 0% berpendidikan akhir S1, dan yang berpendidikan akhir S2, 0 responden atau sebesar 0%.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan/Kegiatan

Hasil pengumpulan data mengenai karakteristik menurut pekerjaan/kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan/Kegiatan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	karyawan tetap	25	50%
2	karyawan kontrak	0	0%
Total		25	50%

Sumber: *Diolah dari data primer, 2022*

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui dari 25 responden karyawan PT Intan Jaya Keramik terdiri dari 25 orang atau 50% responden adalah karyawan tetap dan tidak ada karyawan kontrak. Sedangkan 25 orang atau 50% responden lainnya adalah konsumen.

3. Deskripsi Jawaban Responden

Salah satu teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuisioner yang disebarkan kepada 50 orang responden pada PT Intan Jaya Keramik. Kuisioner ini terdiri atas berbagai pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator variabel yang diteliti. Dari hasil penelitian dapat diketahui jawaban responden. Penilaian terhadap variabel penelitian ini diukur dengan skor terendah 1 (sangat tidak setuju), dan skor tertinggi adalah 5 (Sangat setuju). Sehingga dalam menentukan kriteria penilaian responden terhadap variabel penelitian dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1
Skor persepsi tertinggi adalah : 5
Interval $\frac{5-1}{5}$ = 0,80

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat tidak setuju
1,81 – 2,60 = Tidak Setuju
2,61 – 3,40 = Cukup Setuju
3,41 – 4,20 = Setuju
4,21 – 5,00 = Sangat Setuju

Hasil uji statistik deskriptif untuk rata-rata hitung setiap pertanyaan pada masing-masing variable akan diuraikan pada bagian ini. Variabel independen yaitu Motivasi Kerja (X_1) dengan 15 pernyataan. Kepuasan Konsumen (X_2) dengan 15 pernyataan dan variabel dependen yaitu Pencapaian Penjualan (Y) memiliki 20 pernyataan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perhitungan berdasarkan jawaban responden dan menggunakan metode perhitungan statistik menggunakan alat bantu komputer dengan program SPSS versi 26.0. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel penelitian dapat ditunjukkan pada bahasan berikut ini :

a. Distribusi Jawaban Responden Mengenai Motivasi Kerja (X_1).

Variabel X_1 pada penelitian ini diukur melalui 15 pertanyaan yang disebarkan ke 25 karyawan responden dan mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap motivasi kerja dijelaskan pada tabel 4.6 berikut :

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Responden Mengenai Motivasi Kerja (X_1)

No.	Pernyataan	SS %	S %	N %	TS %	STS %	Total %
1	Perusahaan sudah menyediakan fasilitias yang dibutuhkan karyawan.	37,1	51,4	11,4	0	0	100
2	Sudah tersedia jaminan kecelakaan dan keselamatan bekerja sesuai dengan SOP untuk karyawan.	31,4	60	8,6	0	0	100
3	Setiap karyawan menjalin hubungan dengan sesama rekan	31,4	60	8,6	0	0	100

	kerja dan atasan adalah prioritas yang utama.						
4	Perusahaan memberikan penghargaan kepada karyawan yang telah baik dalam menjalankan pekerjaannya.	31,4	60	8,6	0	0	100
5	Setiap karyawan yang memiliki prestasi kerja yang tinggi sudah mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan diri.	31,4	60	8,6	0	0	100
6	Gaji yang saya terima seimbang dengan apa yang saya kerjakan.	31,4	60	8,6	0	0	100
7	Saya merasa puas karena kenyamanan yang didapatkan di tempat kerja.	37,1	51,4	2,9	8,6	0	100
8	Saya bangga bekerja di perusahaan ini karena kebijakan perusahaan dan sistem administrasi sangat berpihak bagi karyawan.	31,4	60	8,6	0	0	100
9	Saya memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja.	34,3	45,7	20	0	0	100
10	Sistem kerja yang efektif yang diberikan atasan dapat mempermudah saya melakukan pekerjaan.	17,1	60	22,9	0	0	100
11	Saya bangga bekerja di perusahaan ini karena menghargai apa yang telah saya capai.	17,1	60	20	2,9	0	100
12	Atasan saya selalu berterima	31,4	60	5,7	2,9	0	100

	kasih terhadap pekerjaan yang telah selesai saya lakukan.						
13	Pekerjaan saya sangat menarik.	42,9	51,4	5,7	0	0	100
14	Saya bekerja dengan penuh tanggung jawab.	28,6	57,1	11,4	2,9	0	100
15	Saya bangga bekerja di perusahan ini karena saya dapat berkembang sebagai seorang individu.	37,1	51,4	11,4	0	0	100

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Tabel 4.6 menunjukan bahwa pada variabel motivasi kerja pernyataan yang paling berpengaruh adalah pernyataan No. 7, hal ini dapat dilihat dengan mayoritas responden pada pernyataan No.7 menjawab "Sangat Setuju" sebesar 42,9 %. Hal ini menunjukan bahwa indikator "Saya merasa puas karena kenyamanan yang didapatkan di tempat kerja" berpengaruh terhadap kinerja karyawan, di mana PT Intan Jaya Keramik diharapkan dapat memberikan kenyaman selama karyawan bekerja, karena apabila karyawan merasa nyaman maka akan berdampak pada kinerja serta berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

b. Distribusi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (X_2).

Variabel X_2 pada penelitian ini diukur melalui 15 pernyataan yang disebarkan ke 25 konsumen responden dan mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap pendidikan dan pelatihan dijelaskan pada tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (X_2)

No.	Pernyataan	SS %	S %	N %	TS %	STS %	Total %
1	Kualitas produk yang ditawarkan pada PT Intan Jaya Keramik memuaskan dan sesuai dengan yang diharapkan.	31,4	60	8,6	0	0	100
2	Harga (adanya harga promosi atau diskon) yang ditawarkan PT Intan Jaya Keramik sudah sesuai yang Anda harapkan.	31,4	60	8,6	0	0	100
3	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada PT Intan Jaya Keramik membuat Anda merasa puas.	31,4	60	8,6	0	0	100
4	Anda merasa senang dan akan kembali lagi membeli produk yang ditawarkan PT Intan Jaya Keramik.	31,4	60	8,6	0	0	100
5	Dengan adanya PT Intan Jaya Keramik memudahkan Anda mendapatkan produk barang yang Anda inginkan dengan mudah.	31,4	60	8,6	0	0	100
6	Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan apa yang anda inginkan.	31,4	60	8,6	0	0	100

7	Selama menjadi konsumen di PT Intan Jaya Keramik, perusahaan dapat mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk.	40	48,6	11,4	0	0	100
8	Pimimpin perusahaan memberikan saya reward jika melakukan pembelian.	31,4	57,1	11,4	0	0	100
9	Perusahaan memberikan biaya tambahan untuk mendistribusikan produk barang yang akan dikirim ke lokasi konsumen.	31,4	51,4	14,3	2,9	0	100
10	Karyawan perusahaan dapat mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk.	25,7	62,9	11,4	0	0	100
11	Harga produk pada PT Intan Jaya Keramik yang ditawarkan, sesuai dengan harga pasar.	25,7	51,4	22,9	0	0	100
12	Ketika Saya mendapatkan kesulitan memilih produk, karyawan perusahaan memberikan masukan terkait produk yang akan dibeli	28,6	62,9	8,6	0	0	100
13	Kualitas produk sesuai dengan penjelasan yang di	34,3	60	5,7	0	0	100

	berikan oleh karyawan.						
14	PT. Intan Jaya Keramik melakukan program promosi (periklanan dan kampanye) terkait dengan produk yang di jual kepada konsumen.	37,1	57,1	5,7	0	0	100
15	Program promosi terkait produk yang di jual, dapat mempengaruhi minat anda untuk membeli produk yang dijual oleh PT. Intan Jaya Keramik.	37,1	51,4	11,4	0	0	100

Sumber : *Data primer yang diolah 2022*

Tabel 4.7 menunjukan bahwa pada variabel kepuasan konsumen pernyataan yang paling berpengaruh adalah pernyataan No. 12, hal ini dapat dilihat dengan mayoritas responden pada pernyataan No. 12 menjawab "Sangat Setuju" sebesar 40 %. Hal ini menunjukan bahwa indikator "Ketika Saya mendapatkan kesulitan memilih produk, karyawan perusahaan memberikan masukan terkait produk yang akan dibeli", di mana PT Intan Jaya Keramik diharapkan memberikan pelayanan dan masukan kepada konsumen yang kesulitan dalam memilih produk.

c. Distribusi Jawaban Responden Mengenai Peningkatan Penjualan (Y).

Variabel Y pada penelitian ini diukur melalui 17 pernyataan yang disebarkan ke 25 karyawan responden dan mempresentasikan indikator- indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap tingkat penjualan dijelaskan pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Mengenai Pencapaian Penjualan (Y)

No.	Pernyataan	SS %	S %	N %	TS %	STS %	Total %
1	Selama bekerja di PT Intan Jaya Keramik, perusahaan dapat mengatasi mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk.	37,1	51,4	11,4	0	0	100
2	Pasar sebagai salah satu penunjang transaksi jual beli produk pada PT Intan Jaya Keramik.	37,1	51,4	11,4	0	0	100
3	Sudah sesuainya penempatan karyawan pada bidang ahlinya masing-masing.	37,1	51,4	11,4	0	0	100
4	Saya dapat mencapai hasil kerja yang baik sesuai dengan target yang telah ditetapkan sesuai dengan tingkat penjualan	37,1	51,4	11,4	0	0	100
5	Saya selalu menggunakan waktu dengan efektif dalam melaksanakan Pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan	34,3	54,3	2,9	8,6	0	100
6	Saya memiliki keterampilan yang dapat membantu saya dalam menyelesaikan tugas	31,4	60	8,6	0	0	100

	pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan						
7	Saya memiliki pengetahuan yang dapat membantu saya dalam menyelesaikan tugas pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan	37,1	42,9	20	0	0	100
8	Saya mampu bekerja dengan baik sesuai dengan kompetensi yang saya miliki sesuai dengan tingkat penjualan	28,6	57,1	14,3	0	0	100
9	Saya bekerja sesuai dengan prosedur kerja yang telah ditetapkan Perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan	25,7	51,4	20	2,9	0	100
10	Saya mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan Perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan	31,4	57,1	8,6	2,9	0	100
11	Saya jarang melakukan kesalahan - kesalahan dalam bekerja sesuai dengan tingkat penjualan	34,3	54,3	11,4	0	0	100

12	Saya selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk Perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan	28,6	57,1	11,4	2,9	0	100
13	Saya berusaha disiplin kerja dalam penggunaan jam kerja sesuai dengan tingkat Penjualan	37,1	51,4	11,4	0	0	100
14	Saya selalu fokus untuk meyelesaikan tugas pekerjaan selama berada di tempat kerja sesuai dengan tingkat penjualan	37,1	54,3	8,6	0	0	100
15	Saya hadir di kantor sesuai dengan jam kerja yang telah Ditentukan perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan	40	51,4	2,9	5,7	0	100
16	Saya mampu berkomunikasi yang baik dengan rekan kerja sesuai dengan tingkat penjualan	31,4	60	8,6	0	0	100
17	Saya berusaha untuk selalu terlibat dalam penyelesaian tugas pekerjaan kelompok sesuai dengan tingkat penjualan	34,3	60	5,7	0	0	100
18	Saya mempercayai kemampuan yang dimiliki rekan kerja saya dalam penyelesaikan	34,3	57,1	5,7	2,9	0	100

	pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan						
19	Saya akan berusaha memahami apabila terjadi perbedaan pendapat antara saya dengan teman rekan kerja sesuai dengan tingkat penjualan	40	54,3	5,7	0	0	100
20	Saya ikut serta bertanggung jawab dalam pelaksanaan penyelesaian pekerjaan Kelompok sesuai dengan tingkat penjualan	37,1	62,9	0	0	0	100

Sumber *: Data primer yang diolah 2022*

Tabel 4.8 menunjukan bahwa pada variabel pencapaian penjualan pernyataan yang paling berpengaruh adalah pernyataan No.15 dan 19 , hal ini dapat dilihat dengan mayoritas responden pada pernyataan No. 15 dan 19 menjawab “sangat setuju” sebesar 40%. Hal ini menunjukan bahwa indikator “Saya hadir di kantor sesuai dengan jam kerja yang telah ditentukan perusahaan” dan “Saya akan berusaha memahami apabila terjadi perbedaan pendapat antara saya dengan teman rekan kerja “berpengaruh terhadap kinerja karyawannya, di mana PT Intan Jaya Keramik diharapkan selalu mengajarkan rasa disiplin waktu dan menghargai perbedaan pendapat antara sesama guna meningkatkan kinerja karyawannya dalam pencapaian penjualan.

B. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan

menggunakan *Pearson Corelation*, pedoman suatu model dikatakan valid jika membandingkan hilai r_{hitung} nilai r_{tabel} dengan *degree of freedom* (df) = n-2 dengan alpha 0,05. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai positif maka butir atau pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid dan tingkat signifikansinya dibawah 0,05 maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid. Diperoleh r_{tabel} dengan df = n-2 = 50 -2 = 48 jadi r_{tabel} nya sebesar 0,4438 Tabel berikut menunjukkan hasil uji validitas dari tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Motivasi Kerja (MK), Kepuasan Konsumen (KK) dan Peningkatan Penjualan (PP) dengan 50 sampel responden pretest.

Berikut ini adalah rincian tabel hasil uji validitas untuk setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Uji Validitas Motivasi Kerja (MK)

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Motivasi Kerja

Nomor Butir Pernyataan	*Pearson Corelation*	R Tabel	Sig (2-Tailed)	Keterangan
M 1	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 2	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 3	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 4	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 5	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 6	0,761	0,4438	0,000	Valid
M 7	0,743	0,4438	0,000	Valid
M 8	0,455	0,4438	0,006	Valid
M 9	0,5	0,4438	0,000	Valid

	72			
M 10	0,751	0,4438	0,000	Valid
M 11	0,796	0,4438	0,000	Valid
M 12	0,499	0,4438	0,002	Valid
M 13	0,664	0,4438	0,000	Valid
M 14	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 15	0,920	0,4438	0,000	Valid

Sumber*: Data primer yang diolah 2022*

Tabel 4.9 menunjukkan variabel Motivasi Kerja mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selain itu, dengan melihat dari keseluruhan nilai Pearson Correlation yang lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,4438 yang berarti secara keseluruhan indikator variabel motivasi kerja adalah sah atau valid.

b. Uji Validitas Kepuasan Konsumen (KK)

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Nomor Butir Pernyataan	***Pearson Corelation***	**R Tabel**	**Sig (2-Tailed)**	**Keterangan**
KK 1	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 2	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 3	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 4	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 5	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 6	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 7	0,530	0,4438	0,001	Valid
KK 8	0,759	0,4438	0,000	Valid

KK 9	0,678	0,4438	0,000	Valid
KK10	0,468	0,4438	0,005	Valid
KK 11	0,512	0,4438	0,002	Valid
KK 12	0,690	0,4438	0,000	Valid
KK 13	0,551	0,4438	0,001	Valid
KK 14	0,699	0,4438	0,000	Valid
KK 15	0,553	0,4438	0,001	Valid

Sumber*: Data primer yang diolah 2022*

Tabel 4.10 menunjukkan variabel Kepuasan Konsumen mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selain itu, dengan melihat dari keseluruhan nilai *Pearson Correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,4438 yang berarti secara keseluruhan indikator variabel kepuasan konsumen adalah sah atau valid.

c. Uji Validitas Pencapaian Penjualan

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Pencapaian Penjualan

Nomor Butir Pernyataan	***Pearson Corelation***	**R Tabel**	**Sig (2-Tailed)**	**Keterangan**
K 1	0,891	0,4438	0,000	Valid
K 2	0,891	0,4438	0,000	Valid
K 3	0,891	0,4438	0,000	Valid
K 4	0,891	0,4438	0,000	Valid
K 5	0,799	0,4438	0,000	Valid
K 6	0,795	0,4438	0,000	Valid
K 7	0,590	0,4438	0,000	Valid
K 8	0,679	0,4438	0,000	Valid
K 9	0,798	0,4438	0,000	Valid
K 10	0,829	0,4438	0,000	Valid
K 11	0,540	0,4438	0,001	Valid

K 12	0,671	0,4438	0,000	Valid
K 13	0,896	0,4438	0,000	Valid
K 14	0,639	0,4438	0,000	Valid
K 15	0,795	0,4438	0,000	Valid
K 16	0,537	0,4438	0,001	Valid
K 17	0,501	0,4438	0,002	Valid
K 18	0,836	0,4438	0,000	Valid
K 19	0,721	0,4438	0,000	Valid
K 20	0,530	0,4438	0,001	Valid

Sumber*: Data primer yang diolah 2022*

Tabel 4.11 menunjukkan variabel Pencapaian Penjualan (PP) mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Selain itu, dengan melihat dari keseluruhan nilai *Pearson Correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} yakni 0,4438 yang berarti secara keseluruhan indikator variabel pencapaian penjualan adalah sah atau valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* berada diatas 0,70 (Gozali,2011).

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	***Cronbach's Alpha***	**Keterangan**
Motivasi Kerja	0,887	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,806	Reliabel
Pencapaian Penjualan	0,937	Reliabel

Sumber *: Data primer yang diolah 2022*

Tabel 4.12 menunjukkan nilai *cronbach's* alpha atas variabel motivasi kerja sebesar 0,887, kepuasan konsumen sebesar 0,806, dan pencapaian penjualan 0,937. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's* alpha lebih dari 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

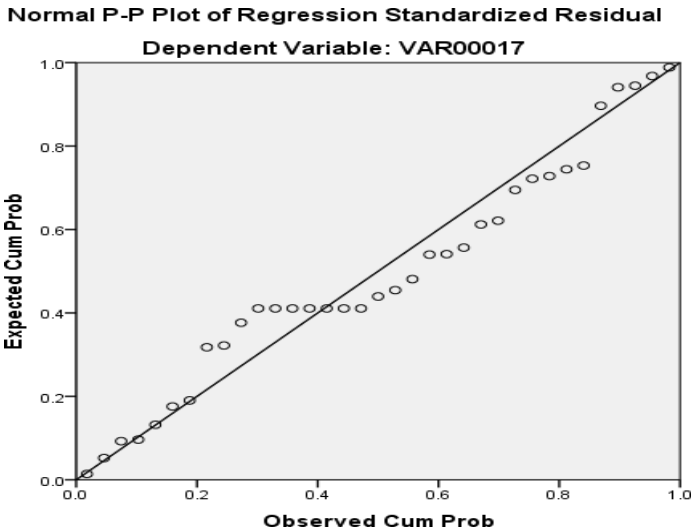
3. Analisis Data

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Gambar 4.2

Kurva Normal *P-Plot* Hasil Uji Normalitas Data



Sumber : Data primer yang diolah 2022

Pada gambar kurva p-plot di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Berarti dari kurva ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena asumsi normalitas. Selain uji grafik, peneliti juga melengkapi pengujian normalitas dengan uji statistik untuk menegaskan hasil uji normalitas grafik di atas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas Menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* Uji Normalitas
One-Sample *Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67006144
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.099
	Negative	-.122
Test Statistic		.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

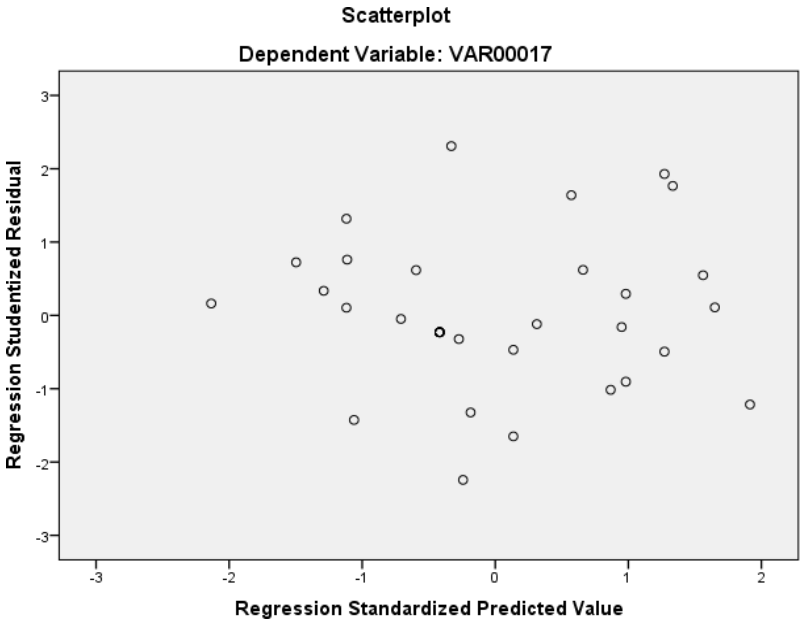
Sumber : Data primer yang diolah 2022

Pada tabel 4.13 uji selanjutnya yang digunakan adalah uji kolmogorov- smirnov, diperoleh hasil output asymp. sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan kepengamatan yang lain. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pol tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED, dan uji Glejser yang diperlihatkan pada Gambar 4.3

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan gambar 4.2 grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi tingkat penjualan berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu motivasi dan kepuasan kerja.

c. Hasil Uji Multikolonieritas

Untuk mendeteksi adanya problem multiko, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) serta besaran korelasi antar variabel independen. Tabel 4.14 akan dijelaskan pada halaman selanjutnya menunjukkan hasil uji multikolonieritas pada penelitian ini.

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.752	3.292		-1.747	.090		
	X1	1.153	.110	.688	10.531	.000	.310	3.230
	X2	.700	.139	.329	5.028	.000	.310	3.230

a. Dependent Variable: VAR00017

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.14 diatas terlihat bahwa nilai uji hasil Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel independen memiliki VIF < 10 dan tolerance > 0,1

yaitu variabel Motivasi Kerja (X_1) memiliki nilai tolerance 0,310 dan nilai VIF 3,230 dan variabel Kepuasan Konsumen (X_2) memiliki nilai tolerance 0,310 dan nilai VIF 3,230. Maka dapat dinyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat multikolonieritas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji T)

Hasil uji koefisien regresi (uji T) dapat dilihat pada tabel 4.15, Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ha diterima. Demikian pula sebaliknya jika sig > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka Ho diterima.

Tabel 4.15

Uji Koefisien Regresi (Uji T) Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.752	3.292		-1.747	.090
	X1	1.153	.110	.688	10.531	.000
	X2	.700	.139	.329	5.028	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber *: Data primer yang diolah 2022*

Berdasarkan Tabel 4.16 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: Y = α + b1X1 + b2X2 + e

Y= -5,752 + 1,153X1+ 0,700X2 + e

Keterangan:
Y = Pencapaian penjualan
α =konstanta
X1 = motivasi kerja
X2 = kepuasan konsumen
b1 = koefisien motivasi kerja
b2 = koefisien kepuasan konsumen
e = error

b.Hasil Uji Simultan (F)

Pengujian secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yang diuji secara simultan.Tabel 4.16 berikut menggambarkan hasil uji statistik F.

Tabel. 4.16
Uji Simultan F ANOVA[a]

Model		Sum of Squares		Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressio N	2146.313		2	1073.157	362.134	.000[b]
	Residual	94.830		32	2.963		
	Total	2241.143		34			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Berdasarakan hasil uji F pada tabel 4.16 didapat nilai F hitung sebesar 362.134 dengan signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 maka model regresi dapat dikatakan bahwa motivasi kerja, dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap pencapaian penjualan.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17

Uji Koefisien Determinan R2 Model Summary Model Summary[b]

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.979[a]	.958	.955	1.721

a. Predictors:(Constant), X2, X1 b Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah 2022

Tabel 4.17 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,955 atau 95,55%, ini menunjukkan bahwa variabel peningkatan penjualan yang dapat dijelaskan oleh variabel motivasi kerja dan kepusan konsumen adalah sebesar 95.55%. Sedangkan sisanya sebesar 0,55 atau 5,5% adalah variabel lain.

5. Pembahasan Penelitian

a. Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Pencapaian Penjualan

Hasil penelitian ini variable motivasi (X_1) menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 5.028 > $t_{tabel=}$.000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa variabel motivasi kerja berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap pencapaian penjualan karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel motivasi kerja lebih kecil dari 0,05. Sehingga H1 diterima, hal tersebut membuktikan bahwa variabel motivasi kerja memiliki pengaruh signifikan terhadapat pencapaian penjualan. Dalam hal ini, faktor terbesar penunjang motivasi karyawan pada PT Intan Jaya Keramik salah satunya adalah kenyamanan dalam bekerja. Sebab salah satu keberhasilan dalam suatu organisasi atau

perusahaan dalam menjalankan kegiatannya adalah memberi kenyamanan pada pegawai atau karyawannya. Terutama dalam era pandemi covid-19 ini, karyawan sangat mengharapkan rasa nyaman dalam bekerja,. Sehingga dapat tercapai tujuan perusahaan salah satunya adalah target maupun pencapaian dalam penjualan.

Motivasi didefinisikan sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan seseorag dalam upaya untuk mencapai tujuan. (Robbins and Judge, 2015:127). Teori motivasi higiene yang dikemukakan Herzberg sering disebut sebagai teori dua faktor dan dipusatkan pada sumber-sumber motivasi yang berkaitan dengan penyelesaian kerja. Herzberg menyimpulkan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan kerja merupakan hasil dari dua faktor yang berbeda (Herzberg, Mousner dan Snyderman, 2005: 59).[43]

Motivasi merupakan kegiatan yang mengakibatkan, menyalurkan, dan memelihara perilaku manusia. Motivasi ini merupakan subyek yang penting bagi manajer, karena menurut defenisi manajer harus dengan dan melalui orang lain. Hasibuan (2011) menyatakan bahwa motivasi kerja adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintregasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. Mangkunegara (2013) menyatakan bahwa motif merupakan suatu gerakan dorongan kebutuhan dalam diri karyawan yang perlu dipenuhi agar karyawan tersebut dapat menyesuaikan diri terhadap lingkungannya, sedangkan motivasi adalah kondisi yang menggerakkan karyawan agar mampu mencapai tujuan dari motifnya.Luthans (2006) menyatakan motivasi adalah proses yang dimulai dengan defenisi fisiologis atau

[43] Tri Andjarwati, April 2015, “Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland”, Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. 1 No. 1.

psikologis yang menggerakkan perilaku atau dorongan yang ditujukan untuk tujuan atau insentif.[44]

Hasil penelitian di atas selaras dengan penelitian yang dilakukan Lia Hardianto, Hj. Kurniaty dan Teguh Wicaksono, motivasi kerja di era pandemi covid-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap pegawai atau karyawan. Mereka merasa terhambat dalam beraktivitas seperti biasanya. Serta mobilitas yang menurun. Maka kayawan PT Intan Jaya Keramik mengaharapkan kenyamanan dalam bekerja.

Motivasi kerja sangat penting bagi semua karyawan karena motivasi dapat mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.[45] Motivasi yang diiringi dengan pengalaman kerja yang baik dapat menunjang keberhasilan perusahaan yang ditempatinya. Karena adanya kedua faktor tersebut akan menciptakan produktivitas yang tinggi sehingga menunjang keberhasilan perusahaan. Jika sebaliknya maka akan menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan.

Motivasi dalam Islam banyak tertuang dalam ayat Al-Qur’an salah satunya pada surat At-Taubah ayat 105 yang berbunyi:

وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ ١٠٥

[44] Jufrizen, 2018, “Peran Motivasi Kerja Dalam Memoderasi Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan”, Jurnal Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital, Hal. 413.

[45] Etika Roswani, 2018“Analisis Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT Telekomunikasi Indonesia Witel Makassar”, Universitas Muhammadiyah Makassar, Hal. 2.

Artinya:"Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yag mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberikan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."

Ayat ini menunjukkan kepada kita bahwa dengan sungguh-sungguh dan semangat dalam bekerja makan akan mendapat keberkahan.

b. Pengaruh Kepuasan Konsumen Dalam Pencapaian Penjualan

Hasil penelitian ini variable kepuasan konsumen (X_2) menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 10.531 > $t_{tabel=}$.000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa kepusan konsumen berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel kepuasan konsumen lebih kecil dari 0,05. Sehingga H2 diterima, hal tersebut membuktikan bahwa variabel kepuasaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadapat pencapaian penjualan.

Dalam hal ini, dari segi konsumen di masa pandemi sekarang ini terutama pada PT Intan Jaya Keramik, merasakan kepuasan dalam membeli suatu produk atau barang adalah pelayanan yang diberikan saat konsumen merasa bingung akan produk atau barang yang akan mereka pilih. Serta kemudahan dalam pelayanan melalui media sosial, yang di mana banyak pilihan produk tanpa harus ke lokasi penjualan langsung, sedangkan pada PT Intan Jaya Keramik, mereka memberi kemudahan jasa antar barang ke lokasi konsumen. Hal ini juga yang akan memberi penilaian terhadap kinerja ataupun pelayanan yang diberikan oleh pegawai atau karyawan PT Intan Jaya Keramik. Sehingga tujuan atau target penjualan akan

meningkat karena penilaian dari konsumen berdampak baik bagi perusahaan.

Di masa pandemi sekarang ini terutama pada PT Intan Jaya Keramik telah memberi kemudahan pelayanan kepada konsumen, salah satunya dengan cara promosi melalui media sosial. Sehingga walaupun konsumen datang ke lokasi penjualan, mereka sudah siap dengan produk yang dipilihnya. Sedangkan pada PT Intan Jaya Keramik, mereka memberi kemudahan jasa antar barang ke lokasi konsumen.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana tanggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Menurut Zeithaml dan Bitner (2013:75) definisi kepuasan adalah: Respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Tjiptono (2014:353), menyatakan kepuasan berasal dari bahasa Latin Satis yang berarti cukup baik, memadai dan Facio yang berarti melakukan atau membuat Secara sederhana kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kotler dan Keller (2009:138) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspetasi mereka.[46]

Menurut Tjiptono (2008:25-26), menyatakan bahwa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang

[46] Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang dan Agus Supandi Soegoto, Juli 2018, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Air Manado", Jurnal EMBA Vol. 6 No. 3, Hal. 1661.

sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur antara lain meliputi: kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*featur*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), kemampuan melayani (*serviceability*), estetika (*aesthetics*), dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).[47]

Pada intinya, bila kinerja produk lebih kecil dari kinerja yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sedangkan bila kinerja produk sama dengan kinerja yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa puas. Lebih jauh lagi, bila kinerja produk lebih besar dari kinerja yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Hasil penelitian di atas selaras dengan hasil penelitian Faradiba (2021). Pada penelitian ini variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Konsumen di masa pandemi covid-19 seperti sekarang ini, banyak yang mengaharapkan kemudahan dalam mendapatkan produk yang mereka inginkan. Promosi melalui media sosial sekarang ini banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan, terutama pada PT Intan Jaya Keramik. Mereka terus melancarkan promosi diberbagai media sosial demi kepuasan konsumen dalam mendapatkan produk. Adapun kendala dalam pendistribusian barang ke konsumen sedikit terhambat apabila ke luar kota, salah satunya bukti telah divaksin.

---

[47] Imam Heryanto, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan”, Jurnal STIE Pasundan Bandung, ISSN 2443-2121.

Surat Ali ‘Imran Ayat 156:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَكُونُواْ كَٱلَّذِينَ كَفَرُواْ وَقَالُواْ
لِإِخۡوَٰنِهِمۡ إِذَا ضَرَبُواْ فِي ٱلۡأَرۡضِ أَوۡ كَانُواْ غُزّٗى لَّوۡ كَانُواْ
عِندَنَا مَا مَاتُواْ وَمَا قُتِلُواْ لِيَجۡعَلَ ٱللَّهُ ذَٰلِكَ حَسۡرَةٗ فِي قُلُوبِهِمۡۗ
وَٱللَّهُ يُحۡيِۦ وَيُمِيتُۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ بَصِيرٞ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu seperti orang-orang kafir (orang-orang munafik) itu, yang mengatakan kepada saudara-saudara mereka apabila mereka mengadakan perjalanan di muka bumi atau mereka berperang: "Kalau mereka tetap bersama-sama kita tentulah mereka tidak mati dan tidak dibunuh". Akibat (dari perkataan dan keyakinan mereka) yang demikian itu, Allah menimbulkan rasa penyesalan yang sangat di dalam hati mereka. Allah menghidupkan dan mematikan. Dan Allah melihat apa yang kamu kerjakan.

Jika muslim bersikap keras, tidak care terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti bahwa peehatian terhadapsesama merupakan anjuran wajib bagi muslim.

c. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Hasil penelitian ini variable pencapaian penjualan dalam perspektif ekonomi Islam (Y) menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 362.134 > $t_{tabel=}$0,000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa pencapaian penjualan dalam perspektif ekonomi Islam berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan karena tingkat

signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 maka model regresi dapat dikatakan bahwa motivasi kerja, dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Dalam hal ini, kedua variabel saling terkait antara variabel X_1 dan variabel X_2.

Di mana motivasi kerja yaitu merasa nyaman dalam bekerja, mempunyai komunikasi yang baik antar rekan kerja, serta merasa memiliki tanggung jawab dalam bekerja dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan ke konsumen. Konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan karyawan, sehingga perusahaan akan mendapatkan penilaian yang baik dan dapat meningkatkan target atau tujuan penjualannya. Terutama di masa terbatas seperti sekarang ini, perusahaan diharapkan lebih memperhatikan kenyaman karyawan saat bekerja agar karyawan dapat memberi pelayanan yang terbaik bagi konsumen dan dapat mencapai tujuan perusahaan.

Menurut Hermawan (2006) bahwa penjualan merupakan "Kegiatan terdepan perusahaan di dalam menghasilkan sesuatu dari suatu proses pertukaran yang terjadi dipasar. Menurut Sadeli (2005) "Penjualan adalah suatu tindakan untuk menukar barang atau jasa dengan uang dengan cara mempengaruhi orang lain agar mau memiliki barang yang ditawarkan sehingga kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dan kepuasan" Menurut Akbar (2004) Penjualan adalah pendapatan dari penjualan barang dagangan.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian Dewi Tresnasari, Eka Aprilistia Sudewi dan Dian Candra Fatihah (2021), pada penilitian ini kepuasan konsumen dinyatakan sangat baik terbukti dari pelayanan karyawan kepada konsumen,dapat dilihat dari tanggapan responden pada kuisioner yang diberikan.

Sumber daya manusia merupakan kekuatan terbesar dalam pengolahan seluruh resources yang ada dimuka bumi, karena pada dasarnya seluruh ciptaan Allah SWT yang ada di muka bumi ini sengaja diciptakan oleh Allah SWT untuk kemaslahatan umat manusia. Hal ini sangat jelas ditegaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Jatsiyah ayat 13:

السَّمٰوٰتِ وَمَا فِى الْاَرْضِ جَمِيْعًا اِنَّ فِيْ ذٰلِكَ لَاٰيٰتٍ لِّقَوْمٍ يَّتَفَكَّرُوْنَ

وَسَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِى

Artinya: "Dan Dia menundukkan untukmu apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi semuanya, (sebagai rahmat) daripada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah SWT) bagi kaum yang berpikir".

Jika manusia telah mampu untuk mengamalkan hal di atas tentulah sumber daya manusia dan alam akan teroptimalkan. Pengayaan kualitas SDM merupakan suatu keharusan dalam Islam, sebagaimana yang telah disampaikan oleh Rasulullah SAW bahwa menuntut ilmu adalah wajib dari mulai lahir hingga wafat. Oleh karena itu mempelajari semua ilmu, baik umum maupun keagamaan merupakan suatu keharusan. Yang harus digaris bawahi ialah ke mana ilmu itu akan digunakan.

MSDM yang ada dalam Islam adalah semua sumber daya yang dimanfaatkan untuk ibadah kepada Allah SWT, bukan untuk yang lainnya. Dengan adanya rasa menerima amanah dari Allah SWT maka kemampuan yang dimiliki akan ditingkatkan dan dilakukan dalam rangka menjalakan amanah yang diemban. Sifat yang akan tercermin dari sumber daya manusia Islami yang baik ialah siddiq, amanah, fatonah, tablig. Keempat sifat ini adalah tolak ukur yang riil untuk mengukur

keunggulan sumber daya manusia Islami. Semua sifat dan keadaan yang ideal tersebut tentunya tidak akan ada dengan sendirinya melainkan harus dengan usaha yang sungguh-sungguh dan kesabaran yang luar biasa, sebagaimana firman-Nya dalam surah Ar-Raad ayat 11:

وَاِذَآ اَرَادَ اللّٰهُ بِقَوْمٍ سُوْۤءًا فَلَا مَرَدَّ لَهٗ ۚ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُوْنِهٖ مِنْ وَّالٍ
مِنْ اَمْرِ اللّٰهُ ۗاِنَّ اللّٰهُ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى يُغَيِّرُوْا بِاَنْفُسِهِمْ ۗمَا
لَهٗ مِّنْ مُّعَقِّبٰتٌ بَيْنِ يَدَيْهِ خَلْفِهٖ يَحْفَظُوْنَهٗ

Artinya: "Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri"

Pada intinya MSDM Islam tetap mengacu pada pencapaian kesejahteraan yang diridhoi oleh Allah SWT, Tuhan semesta alam, bagaimanapun caranya.[48]

[48] Dr. H. Arman Paramansyah, S.E.,M.M. dan Ade Irvi Husna, S.Sos.,M.AB., "Manajemen Sumber Daya Manusia", Pustaka Al-Muqsith, Bekasi 2021, Hal. 46-47.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh motivasi kerja dan kepuasan konsumen terhadap peningkatan penjualan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variable motivasi kerja (X_1) menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 5.028 > $t_{tabel=}$.000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa variabel motivasi kerja berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap pencapaian penjualan karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel motivasi kerja lebih kecil dari 0,05. Sehingga H1 diterima, hal tersebut membuktikan bahwa variabel motivasi kerja memiliki pengaruh signifikan terhadapat pencapaian penjualan.
2. Variabel kepuasan konsumen (X_2) menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 10.531 > $t_{tabel=}$.000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa kepusan konsumen berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan karena tingkat signifikansi yang dimiliki variabel kepuasan konsumen lebih kecil dari 0,05. Sehingga H2 diterima, hal tersebut membuktikan bahwa variabel kepuasaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadapat pencapaian penjualan.
3. Variable pencapaian penjualan (Y) dalam perspektif ekonomi Islam menunjukan bahwa $t_{hitung=}$ 362.134 > $t_{tabel=}$0,000 maka dari hasil tersebut terindikasi bahwa pencapaian penjualan dalam perspektif ekonomi Islam berpengaruh positif dan secara signifikan terhadap variabel peningkatan penjualan karena tingkat signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 maka model regresi dapat dikatakan bahwa motivasi kerja dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

B. Rekomendasi

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari kesimpulan di atas, saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau bahan pertimbangan untuk tetap meningkatkan penjualan, karena dengan meningkatnya penjualan para karyawan, maka visi, misi, dan tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan yang diinginkan. Dari hasil penelitian ini, didapat beberapa saran yang bisa dikemukakan oleh peneliti, yaitu:

a) Pada variabel motivasi kerja, faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan adalah kenyaman dalam bekerja, untuk itu PT Intan Jaya Keramik diharapkan dapat memberikan motivasi yang baik bagi karyawan salah satu caranya adalah pemberian reward atau hadiah bagi karyawan, sebagai contoh menaikan gaji, bonus atau uang tambahan dari hasil kerja karyawan yang mencapai target penjualan dan kenaikan pangkat, mengurangi tekanan bagi karyawan karena pada masa Pandemi Covid-19 semua sektor ekonomi menurun, maka dari itu kenyaman yang diharapkan oleh karyawan, karena apabila bekerja dalam situasi yang nyaman dan mendapatkan motivasi yang baik dari atasan akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

b) Pada variabel kepuasan konsumen, faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah ketika konsumen datang di berikan pelayanan yang baik, bila mendapatkan kesulitan memilih produk, karyawan perusahaan memberikan masukan terkait produk yang akan dibeli serta menjelaskan keunggulan dari produk yang di jual di PT. Intan Jaya Keramik sehingga ketika memberikan pelayanan yang baik dan masukan kepada konsumen yang kesulitan dalam memilih produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang di berikan karyawan.

c) Pada variabel pencapaian penjualan, faktor yang mempengaruhi pencapaian penjualan adalah hadir di kantor sesuai dengan jam kerja yaitu disiplin waktu dalam bekerja yang telah ditentukan perusahaan dan jika terjadi permasalahan dan konflik dalam bekerja, sebagai sesama karyawan berusaha memahami dan menghargai perbedaan pendapat antara sesama karyawan, dan pelayanan terhadap konsumen dimulai dengan salam agar konsumen merasa nyaman, sapa agar merasa di hargai sebagai konsumen dan senyum agar konsumen juga merasa nyaman terhadap pelayanan yang karyawan lakukan. PT Intan Jaya Keramik, diharapkan selalu mengajarkan rasa disiplin waktu dan menghargai perbedaan pendapat antara sesama karyawan dan menerapkan 3S guna meningkatkan penjualan.

C. Keterbatasan Dan Kekurangan

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada wawancara. Dikarenakan pandemi covid-19 yang belum berakhir saat penulis melakukan penelitian ini, proses wawancara berjalan singkat dan tidak banyak pertanyaan yang diberikan. Demikian juga dengan kuesioner yang tersebar membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengolahnya, karena kuesioner menggunakan google form, untuk sampel konsumen tidak sedikit yang kurang pengetahuan dalam teknologi digital.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu, untuk penulis selanjutnya agar lebih memahami permasalahan dalam topik yang akan diambil

DAFTAR RUJUKAN

Ahmadi, S.Pd.I., M.M., Juli 2021, “Optimalisasi Motivasi dan Kinerja Pegawai Memahami Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya”, Bintang Pustaka Madani Yogyakarta, ISBN: 978-623-6372-59-3.

Albertus Christian dan Diah Dharmayanti, S.E., M.Si., 2013, “Pengaruh *Experiental Marketing* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Customer Loyalty* The Light Cup Di Surabaya Town Square”, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 1 No. 2, Hal. 3.

Aminah Junaid, Bharuddin Semmaila, Serlin Serang, April 2020, ”Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi Kerja, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Pasar Makassar Raya”, Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol. 3 No. 2, Hal. 123-124.

Andriati Fitria Wati, Elvina Yulistia Erwan, Nur Azizah dan Pamela Jurdilla, ”Analisis Industri Keramik di Indonesia”, Hal. 11-12.

Chintya Suryanna, Stefanus Prima Nugroho, Hariyani, November 2018, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Keanggotaan”, Jurnal Ilmiah Progresif Manajamen Bisnis (JIPMB), Vol. 24 No. 2, Hal. 2.

Chintya Suryana, Stefanus Prima Nugroho dan Hariyani, November 2018, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan…”, Hal. 3

Cholid Narbuko, Jakarta 2008, “Metode Penelitian”, Jurnal Bumi Aksara, Hal. 44

Darma Wijaya dan Roy Irawan, Maret 2018, “Prosedur Administrasi Penjualan *Bearing* Pada Usaha Jaya Teknika Jakarta Barat”, Jurnal Perspektif Vol. 16 No. 1, Hal. 27.

Dr. H. Arman Paramansyah, S.E.,M.M. dan Ade Irvi Husna, S.Sos.,M.AB., “Manajemen Sumber Daya Manusia”, Pustaka Al-Muqsith, Bekasi 2021, Hal. 46-47.

Dwi Aryani dan Febriana Rosinta, Mei-Agustus 2010, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Vol 17 No 2, Hal. 114-115.

Etika Roswani, “Analisis Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT Telekomunikasi Indonesia Witel Makassar”, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2018, Hal. 2.

Etika Roswani, 2018“Analisis Motivasi Kerja Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada PT Telekomunikasi Indonesia Witel Makassar”, Universitas Muhammadiyah Makassar, Hal. 2.

Eri Susan, Agustus 2019, “Manajemen Sumber...”, Hal. 6

Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang dan Agus Supandi Soegoto, Juli 2018, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Air Manado”, Jurnal EMBA Vol. 6 No. 3, Hal. 1661.

Husaeri Priatna, S.Ak., M.M. dan Mochamad Rudi Trisnawan, S.Ak., September-Desember 2016, “Pengaruh Persediaan Bahan Baku Dan Volume Terhadap Laba Bersih Perusahaan (Studi Kasus Pada CV. Cisatex Di Daerah Majalaya)”, Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol. 7 No. 3, Hal. 3.

Ida Ayu Brahmasari dan Agus Suprayetno, September 2008, “Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan dan Budaya Organisasi Terhadap kepuasan Kerja Karyawan Serta Dampaknya Pada Kinerja Perusahaab (Studi Kasus Pada PT. Pei Hai International Wiratama Indonesia)”, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol. 10 No. 2

Imam Ghozali, 2013, *Aplikasi Analisis Multivariete*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hal. 99.

Imam Heryanto, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan”, Jurnal STIE Pasundan Bandung, ISSN 2443-2121.

Indra Sasangka dan Rahmat Rusmayadi, 2018, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Minimarket Minimart'90 Bandung", Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Akuntansi Vol. 2 No. 1, Hal. 134.

J. Supranto, Jakarta 2010, "Metode Ramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis, Rineka Cipta, Hal. 9

Johnson Alvonco, Ph.D, "Practical Communication Skill", Elex Media Komputindo, Juli 2014, Hlm. 235

Jufrizen, 2018, "Peran Motivasi Kerja Dalam Memoderasi Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan", Jurnal Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital, Hal. 413.

Kartini Kartono, Bandung 1986, "Pengantar Metode Riset Sosial", Alumni, Hal. 25

Kartini Kartono, "Pengantar Metode...", Hal. 27

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si, "Manajemen Sumber Daya Manusia Pengadaan, Pengembangan, dan Peningkatan Produktivitas pegawai", PT. Grasindo, Jakarta 2002, Hal. 2.

Marwan Effendy, Tarida Marlin, Mumuh Mulyana, Januari 2009, *Pengaruh Struktur Modal Terhadap Resiko Keuangan Perusahaan*, Jurnal Ilmiah Kesatuan, No. 1 Vol. 11, Hal. 70.

Masrul Badri dan Azhar Aziz, Juni 2011, "Pengaruh *Locus of Control* Dan Harga Diri Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Dinas pendidikan Kota Medan", Jurnal Analitika Vol. 3 No.1, Hal. 32-33.

Nila Rizkie Febrianti, Hety Mustika Ani, Wiwin Hartanto, 2019 "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja Pengrajin Kuningan Di Kecamatan Tapen Kabupaten Bondowoso", Jurnal Pendidikan Ekonomi, ISSN 1907-9990 E-ISSN 2548-7175, Vol. 13 No. 1, Hal. 43.

Nilda Miftahul janna, “Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Mnggunakan SPSS”, Hal. 6-7.

Nuryadi and others, *Dasar-Dasar Statistika Penelitian*, 2017.

Richard L. Daft, Ph.D., 2008, “Era Baru Manajemen New Era Of Management”, Salemba Empat, Edisi 9 Buku 1, Hal. 82-83

Rido Sanjaya (2018), “Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Hal. 85.

Setyaningsih Sri Utami, April 2009, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Mempergunakan Jasa Transportasi PT Solo Central Taxi Di Surakarta”, Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 9 No. 1, Hal. 38.

Sugiono, Bandung 2009, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”, Jurnal Alfabeta, Hal. 8.

Sugiono, “Metode Penelitian Kombinasi (Miked Methods)”, Alfabeta, Bandung 2017, Hal. 93

Sulis Setiawan, IAIN 2016, “PENGARUH MOTIVASI DAN MENTAL KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Raden Intan Lampung)”

Syahyono, Februari 2016, “Pengaruh Motivasi Divisi Karyawan Marketing Terhadap Tingkat Penjualan”, Jurnal AKP, Vol. 6 No. 1, Hal. 3.

Tinneke Evie Meggy Sumual, “Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)”, CV. R.A.De.Rozarie (Anggota Ikatan Penerbit Indonesia), Surabaya 2017, Hal. 2.

Tinneke Evie Meggy Sumual, “Manajemen Sumber Daya Manusia..., Hal. 7-8.

Tri Andjarwati, April 2015, “Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland”, Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. 1 No. 1.

Trisno Musanto, September 2004, "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya", Jurnal Manajemen & Kewirausahaan,Vol. 6 No. 2, Hal. 125

Tri Andjarwati, April 2015, “Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Prestasi Mc Clelland”, Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. 1 No. 1.

Vika Luila dan Bambang Haryadi, 2013, “Pengembangan Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada PT Ageless Aesthetic Clinic”, Jurnal Agora, Vol. 1 No. 3, Hal. 2.

LAMPIRAN

Lampiran 1

SURAT IZIN RISET

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Letkol. Hi. Endro Suratmin Sukarame I Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

Nomor : /Un.16/DE/PP.00.9/05/ 2022 Bandar Lampung, 12 Mei 2022
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 Eks
Perihal : Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,
Manajer PT. Intan Jaya Keramik Way Huwi
Di –
Lampung Selatan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini disampaikan permohonan izin untuk mengadakan riset guna penulisan skripsi mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama / NPM	:	Dita Jatra Utari / 1751040040
Jurusan / Semester	:	Manajemen Bisnis Syari'ah / X (sepuluh)
Judul Skripsi	:	Analisis Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pencapaian Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Intan Jaya Keramik Way Huwi)
Lokasi Penelitian	:	PT. Intan Jaya Keramik Way Huwi
Penanggungjawab	:	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah sebagai data dalam penulisan skripsi yang bersangkutan, sebagai bahan pertimbangan Bapak / Ibu bersama ini dilampirkan 1 (satu) Eks. Proposal penelitian dimaksud.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Prof. Dr. Tulus Suryanto, SE, M.M, Akt, CA
NIP.19700926 200801 1 008

Lampiran 2

SURAT BALASAN

PT. INTAN JAYA KERAMIK
Jl. Raden Saleh No. 3 Way Huwi Jati Agung
Lampung Selatan
Telp. 0721-5614954

Hal : *Balasan*

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Bapak Prof.Dr. Tulus Suryanto, MM., Akt, C.A
Di Tempat

Dengan Hormat,
Yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : Bpk. Iswandi
Jabatan : Pemilik PT. Intan Jaya Keramik

Menerangkan bahwa,
Nama : Dita Jatra Utari
NPM : 1751040040

Telah kami setujui untuk mengadakan penelitian di PT. Intan Jaya Keramik dengan permasalahan dan judul : "Analisis Motivasi Kerja dan Kepuasan Konsumen Dalam Pencapaian Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada PT. Intan Jaya Keramik Way Huwi)".

Perlu kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

1. Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.
2. Izin melakukan penelitian diberikan semata-mata untuk keperluan akademik.
3. Waktu pengambilan data dilakukan selama 7 hari.

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Lampung Selatan, 23 Mei 2022
Hormat Kami,
Pemilik PT. Intan Jaya Keramik

Iswandi

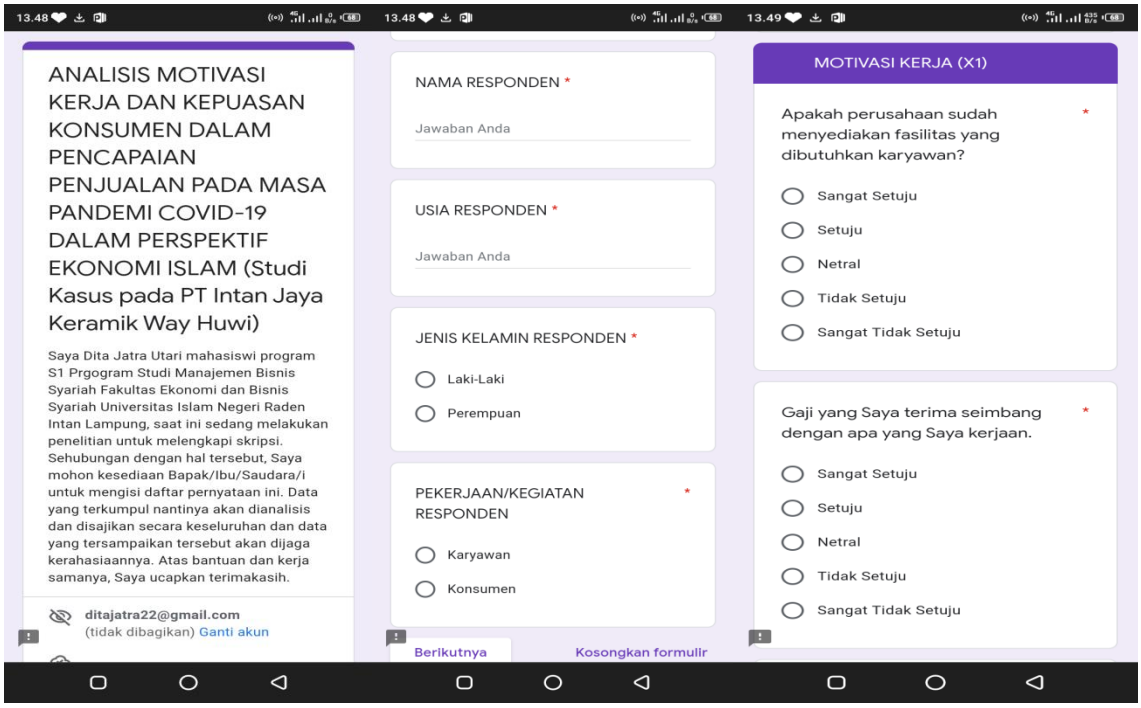
Lampiran 3

DAFTAR USAHA PENJUALAN KERAMIK DI BANDAR LAMPUNG

No.	Nama	Alamat	Penjualan Per pcs/2019-2021			
			Granit	Keramik Kualitas 1	Keramik Kualitas 2	Keramik Kualitas 3
1.	Toko Mega Sakti	Jln. Teuku Umur No. 9, Kedaton	121-107pcs	187-145pcs	252-146pcs	264-147pcs
2.	Toko Besi Sinar Biru	Jln. Teuku Umar No. 11, Kedaton	109-89pcs	175-160pcs	219-134pcs	265-218pcs
3.	Rejeki Agung	Jln. P. Antasari No. 81	118-78pcs	164-124pcs	186-153pcs	331-278pcs
4.	Toko Besi Tamin Jaya	Jln. Tamin No. 67B	129-67pcs	175-134pcs	231-198pcs	253-214pcs
5.	Sinar Harapan	Jln. Raden Ajeng Kartini No. 146	107-64pcs	168-138pcs	219-176pcs	275-225pcs
6.	Sinar Delta	Jln. R.A. kartini No. 87	105-68pcs	165-133pcs	167-125pcs	242-217pcs
7.	Toko Bangunan Fajar Jaya	Jln. Raden Imba Kusuma Ratu No. 9	108-74pcs	186-159pcs	229-180pcs	307-245pcs
8.	PT. Intan Jaya Keramik	Jln. Raden Saleh No. 3	103-63pcs	146-132pcs	197-105pcs	319-158pcs
9.	Toko Bahan Bangunan Lumayan	Jln. R.A. Basyid No. 17	107-64pcs	188-149pcs	208-164pcs	339-257pcs
10.	Toko Bangunan Suka Makmur	Jln. Imam Bonjol, Langkapura	115-75pcs	154-128pcs	189-156pcs	329-189pcs

Lampiran 4

KUESIONER PADA GOOGLE FORM PADA SAAT RISET



ANALISIS MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENCAPAIAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)

Saya Dita Jatra Utari mahasiswi program S1 Prgogram Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, saat ini sedang melakukan penelitian untuk melengkapi skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini. Data yang terkumpul nantinya akan dianalisis dan disajikan secara keseluruhan dan data yang tersampaikan tersebut akan dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan dan kerja samanya, Saya ucapkan terimakasih.

ditajatra22@gmail.com
(tidak dibagikan) Ganti akun

NAMA RESPONDEN *
Jawaban Anda

USIA RESPONDEN *
Jawaban Anda

JENIS KELAMIN RESPONDEN *
- Laki-Laki
- Perempuan

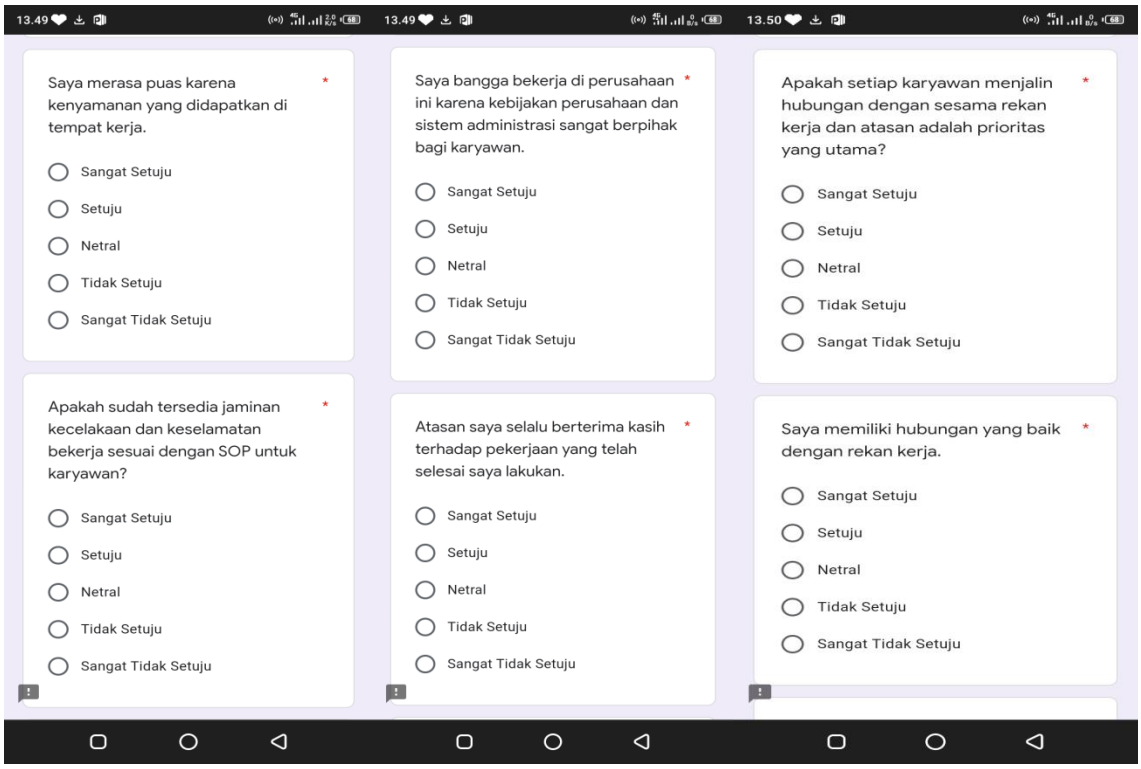
PEKERJAAN/KEGIATAN RESPONDEN *
- Karyawan
- Konsumen

Berikutnya Kosongkan formulir

MOTIVASI KERJA (X1)

Apakah perusahaan sudah menyediakan fasilitas yang dibutuhkan karyawan? *
- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Gaji yang Saya terima seimbang dengan apa yang Saya kerjaan. *
- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju



Saya merasa puas karena kenyamanan yang didapatkan di tempat kerja. *
- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah sudah tersedia jaminan kecelakaan dan keselamatan bekerja sesuai dengan SOP untuk karyawan? *
- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya bangga bekerja di perusahaan ini karena kebijakan perusahaan dan sistem administrasi sangat berpihak bagi karyawan. *
- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Atasan saya selalu berterima kasih terhadap pekerjaan yang telah selesai saya lakukan. *
- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah setiap karyawan menjalin hubungan dengan sesama rekan kerja dan atasan adalah prioritas yang utama? *
- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya memiliki hubungan yang baik dengan rekan kerja. *
- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Pekerjaan saya sangat menarik. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah perusahaan memberikan penghargaan kepada karyawan yang telah baik dalam menjalankan pekerjaannya? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Sistem kerja yang efektif yang diberikan atasan dapat mempermudah saya melakukan pekerjaan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya bangga bekerja di perusahaan ini karena menghargai apa yang telah saya capai. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah setiap karyawan yang memiliki prestasi kerja yang tinggi sudah mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan diri? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya bekerja dengan penuh tanggung jawab. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya bangga bekerja di perusahan ini karena Saya dapat berkembang sebagai seorang individu. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Kembali Berikutnya

Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.
Laporkan Penyalahgunaan - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi

Google Formulir

KEPUASAN KONSUMEN (X2)

Menurut Anda, apakah kualitas produk yang ditawarkan pada PT Intan Jaya Keramik memuaskan dan sesuai yang diharapkan? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Menurut Anda, selama menjadi konsumen di PT Intan Jaya Keramik perusahaan dapat mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju

Apakah karyawan perusahaan dapat mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Menurut Anda, apakah harga (adanya harga promosi atau diskon) yang ditawarkan PT Intan Jaya Keramik sudah sesuai yang Anda harapkan? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Ketika saya mendapatkan kesulitan kerja pemimpin perusahaan memberikan masukan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah harga produk pada PT Intan Jaya Keramik yang ditawarkan sesuai dengan harga pasar? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Menurut Anda, apakah pelayanan yang diberikan oleh karyawan pada PT Intan Jaya Keramik membuat Anda merasa puas? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Menurut Anda pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan apa yang Anda inginkan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Ketika Saya mendapatkan kesulitan memilih produk, karyawan perusahaan memberikan masukan terkait produk yang akan dibeli. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Menurut Anda, Anda merasa senang dan akan kembali lagi membeli produk yang ditawarkan PT Intan Jaya Keramik. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah pemimpin perusahaan memberikan Saya reward jika melakukan pembelian? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah kualitas produk sesuai dengan penjelasan yang diberikan oleh karyawan? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Menutut Anda, dengan adanya PT Intan Jaya Keramik memudahkan Anda mendapatkan produk barang yang Anda inginkan dengan mudah. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Apakah PT Intan Jaya Keramik melakukan program promosi (periklanan/kampanye) terkait dengan produk yang dijual kepada konsumen? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

- Sangat Tidak Setuju

Apakah program promosi terkait poduk yang dijual, dapat mempengaruhi minat Anda untuk membeli produk yang dijual oleh PT Intan Jaya Keramik? *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Kembali | Kirim | Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.
Laporkan Penyalahgunaan - Persyaratan Layanan - Kebijakan Privasi

Google Formulir

PENCAPAIAN PENJUALAN (Y)

Selama bekerja di PT Intan Jaya Keramik, perusahaan dapat mengatasi permasalahan terkait produk yang ditawarkan terkait kualitas produk. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya bekerja sesuai dengan prosedur kerja yang telah ditetapkan perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju

Saya berusaha untuk selalu terlibat dalam penyelesaian tugas pekerjaan kelompok sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya mempercayai kemampuan yang dimiliki rekan kerja saya dalam penyelesaikan pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Pasar sebagai salah satu penunjang transaksi jual beli produk pada PT Intan Jaya Keramik. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya mampu menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan Perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya selalu fokus untuk meyelesaikan tugas pekerjaan selama berada di tempat kerja sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya hadir di kantor sesuai dengan jam kerja yang telah Ditentukan perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Diperlukannya biaya tambahan untuk mendistribusikan produk barang yang akan dikirim ke lokasi konsumen. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya jarang melakukan kesalahan - kesalahan dalam bekerja sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk Perusahaan sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya mampu berkomunikasi yang baik dengan rekan kerja sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

13.51

Sudah sesuainya penempatan karyawan pada bidang ahlinya masing-masing. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya mampu bekerja dengan baik sesuai dengan kompetensi yang saya miliki sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

13.51

Saya akan berusaha memahami apabila terjadi perbedaan pendapat antara saya dengan teman rekan kerja sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya ikut serta bertanggung jawab dalam pelaksanaan penyelesaian pekerjaan Kelompok sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

13.52

PT Intan Jaya Keramik melakukan promosi penjualan (periklanan, kampanye) yang diharapkan dapat mempengaruhi tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya memiliki keterampilan yang dapat membantu saya dalam menyelesaikan tugas pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

13.52

Saya memiliki pengetahuan yang dapat membantu saya dalam menyelesaikan tugas pekerjaan sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Saya berusaha disiplin kerja dalam penggunaan jam kerja sesuai dengan tingkat penjualan. *

- Sangat Setuju
- Setuju
- Netral
- Tidak Setuju
- Sangat Tidak Setuju

Lampiran 5

DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN BERDASARKAN VARIABEL

A. Distribusi Jawaban Responden Motivasi Kerja (X_1)

No	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15
1.	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4
2.	3	5	5	3	4	3	2	4	5	4	5	3	5	5	5
3.	5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	5
4.	4	2	5	3	4	5	3	4	4	3	2	4	5	4	4
5.	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
6.	3	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	3	4	4	4
7.	4	5	3	3	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4
8.	3	4	4	4	4	2	3	5	4	3	4	3	3	4	3
9.	4	2	4	3	5	4	4	3	3	4	2	4	5	4	4
10.	5	5	3	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
11.	3	1	3	2	3	3	4	4	5	5	3	3	3	3	3
12.	3	2	2	2	1	4	4	3	2	3	2	3	2	2	3
13.	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2
14.	3	2	3	3	2	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3
15.	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
16.	2	3	3	2	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	4
17.	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3
18.	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
19.	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
20.	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4
21.	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	5	5	5	4

22.	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	3
23.	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	5	5	1	4
24.	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5
25.	3	4	3	4	3	1	4	5	5	4	4	5	4	4	4

B. Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen (X_2)

No	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15
1.	5	3	5	4	4	3	4	5	4	5	3	4	5	5	5
2.	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4
3.	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5
4.	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3
5.	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	3	5
6.	3	4	3	4	3	1	4	5	5	4	4	4	4	5	4
7.	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	3	4	3	4
8.	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	2	4	3	4
9.	4	4	2	3	4	3	3	5	4	3	5	4	5	3	4
10.	3	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	3	4	4	5
11.	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
12.	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	1	2	3	2	3
13.	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2
14.	5	4	3	3	5	5	4	3	3	5	5	3	4	3	2
15.	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
16.	5	3	4	3	4	5	3	4	3	4	5	5	3	3	3
17.	4	2	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	5	5	4
18.	5	4	5	3	4	5	4	5	3	4	2	5	3	3	4
19.	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	5	1	3	3	3
20.	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3
21.	1	2	3	2	3	1	2	3	2	3	4	4	4	3	3

22.	4	3	4	3	2	4	3	4	3	2	3	5	4	4	4
23.	5	3	4	3	2	5	3	4	3	2	1	5	3	3	4
24.	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4
25.	5	5	3	3	3	5	5	3	3	3	4	2	3	3	2

C. Distribusi Jawaban Responden Pencapaian Penjualan (Y)

No	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20
1	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	3
2	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	5	4	4
3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4
4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	4
5	5	4	3	3	5	3	3	4	2	3	4	2	5	4	3	3	5	3	3	4
6	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	1	2	4	4	4	5	4	4	4	3
7	5	3	4	3	4	3	4	5	4	5	4	3	5	3	4	3	4	3	4	5
8	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4
9	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4
10	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4
11	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	1	3	3	3	4
12	3	5	5	3	4	3	2	4	5	4	4	2	1	1	3	3	3	3	4	3
13	5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	5
14	4	2	5	3	4	5	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	4
15	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	2	2	3	1	2	2	3	3	5
16	3	4	4	4	5	5	3	3	5	4	4	4	1	2	3	3	3	4	4	3
17	4	5	3	3	5	3	4	5	4	5	4	4	3	3	3	3	1	3	3	4
18	3	4	4	4	4	2	3	5	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	2	3
19	4	2	4	3	5	4	4	3	3	4	5	3	3	3	3	3	2	1	1	4
20	5	5	3	3	3	5	4	4	5	5	3	4	4	1	3	3	3	3	4	5
21	3	1	3	2	3	3	4	4	5	5	3	4	3	4	2	1	1	2	2	3

22	3	2	2	2	1	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	3
23	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2
24	3	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3
25	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	3	2	2	3	3	3	4	4

Lampiran 6

HASIL UJI VALIDITAS

A. Hasil Uji Validitas Motivasi Kerja (X_1)

Nomor Butir Pernyataan	*Pearson Corelation*	R Tabel	Sig (2-Tailed)	Keterangan
M 1	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 2	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 3	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 4	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 5	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 6	0,761	0,4438	0,000	Valid
M 7	0,743	0,4438	0,000	Valid
M 8	0,455	0,4438	0,006	Valid
M 9	0,572	0,4438	0,000	Valid
M 10	0,751	0,4438	0,000	Valid
M 11	0,796	0,4438	0,000	Valid
M 12	0,499	0,4438	0,002	Valid
M 13	0,664	0,4438	0,000	Valid
M 14	0,920	0,4438	0,000	Valid
M 15	0,920	0,4438	0,000	Valid

B. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (X_2)

Nomor Butir Pernyataan	*Pearson Corelation*	R Tabel	Sig (2-Tailed)	Keterangan
KK 1	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 2	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 3	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 4	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 5	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 6	0,620	0,4438	0,000	Valid
KK 7	0,530	0,4438	0,001	Valid
KK 8	0,759	0,4438	0,000	Valid
KK 9	0,678	0,4438	0,000	Valid
KK10	0,468	0,4438	0,005	Valid
KK 11	0,512	0,4438	0,002	Valid
KK 12	0,690	0,4438	0,000	Valid
KK 13	0,551	0,4438	0,001	Valid

KK 14	0,699	0,4438	0,000	Valid
KK 15	0,553	0,4438	0,001	Valid

C. Hasil Uji Validitas Pencapaian Penjualan (Y)

Nomor Butir Pernyataan	***Pearson Corelation***	**R Tabel**	**Sig (2-Tailed)**	**Keterangan**
K 1	0,891	0,4438	0,000	Valid
K 2	0,891	0,4438	0,000	Valid
K 3	0,891	0,4438	0,000	Valid
K 4	0,891	0,4438	0,000	Valid
K 5	0,799	0,4438	0,000	Valid
K 6	0,795	0,4438	0,000	Valid
K 7	0,590	0,4438	0,000	Valid
K 8	0,679	0,4438	0,000	Valid
K 9	0,798	0,4438	0,000	Valid
K 10	0,829	0,4438	0,000	Valid
K 11	0,540	0,4438	0,001	Valid
K 12	0,671	0,4438	0,000	Valid
K 13	0,896	0,4438	0,000	Valid
K 14	0,639	0,4438	0,000	Valid
K 15	0,795	0,4438	0,000	Valid
K 16	0,537	0,4438	0,001	Valid
K 17	0,501	0,4438	0,002	Valid
K 18	0,836	0,4438	0,000	Valid
K 19	0,721	0,4438	0,000	Valid
K 20	0,530	0,4438	0,001	Valid

Lampiran 7

HASIL UJI RELIABILITAS

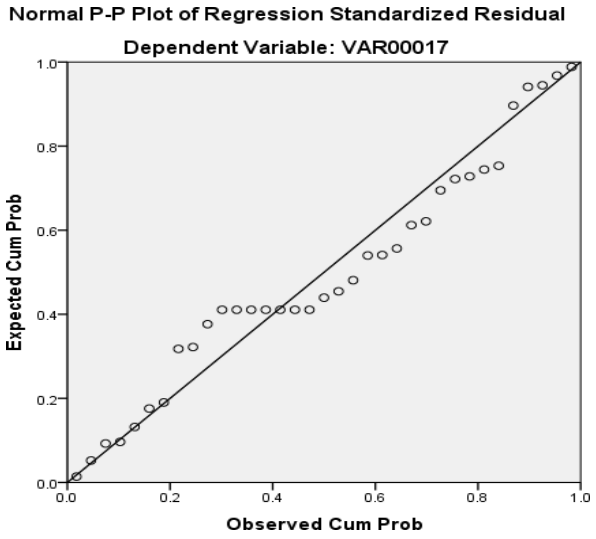
Variabel	***Cronbach's Alpha***	**Keterangan**
Motivasi Kerja	0,887	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,806	Reliabel
Peningkatan Penjualan	0,937	Reliabel

Lampiran 8

HASIL UJI NORMALITAS

A. Uji Normalitas

Kurva Normal *P-Plot*



Hasil Uji Normalitas Menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test*

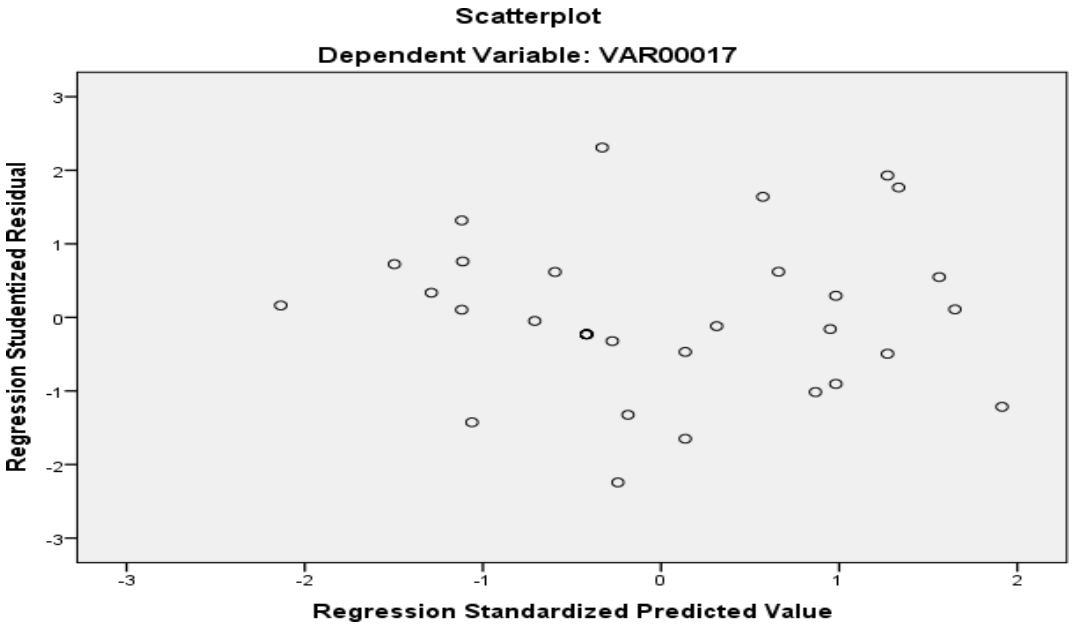
Uji Normalitas

One-Sample *Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardize d Residual
N		35
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67006144
Most Extreme Differences	Absolute	.122
	Positive	.099
	Negative	-.122
Test Statistic		.122
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

B. Uji Heteroskedastisitas



C. Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.752	3.292		-1.747	.090		
	X1	1.153	.110	.688	10.531	.000	.310	3.230
	X2	.700	.139	.329	5.028	.000	.310	3.230

a. Dependent Variable: VAR00017

Lampiran 9

HASIL UJI HIPOTESIS

A. Hasil Uji Statistik T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.752	3.292		-1.747	.090
	X1	1.153	.110	.688	10.531	.000
	X2	.700	.139	.329	5.028	.000

a. Dependent Variable: Y

B. Hasil Uji Simultan F

Model		Sum of Squares		Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressio N	2146.313		2	1073.157	362.134	.000[b]
	Residual	94.830		32	2.963		
	Total	2241.143		34			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1

C. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.979[a]	.958	.955	1.721

a. Predictors:(Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Lampiran 10

DOKUMENTASI

Lampiran 11 Turnitin

KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN
JL.Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp.(0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor: B- / Un.16 / P1 /KT/VI / 2022

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : **Ahmad Zarkasi, S.Ag., M.Sos. I**
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Artikel Ilmiah Dengan Judul:

ANALISIS MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENCAPAIAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)

Karya :

NAMA	NPM	FAK/ PRODI
DITA JATRA UTARI	1751040040	FEBI/ MBS

Bebas Plagiasi sesuai dengan hasil pemeriksaan tingkat kemiripan sebesar 13 %. Dan dinyatakan ***lulus*** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 15 Juni 2022
Kepala Pusat Perpustakaan

Ahmad Zarkasi, S.Ag., M.Sos. I
NIP 197308291998031003

Ket:
1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan

ANALISIS MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KONSUMEN DALAM PENCAPAIAN PENJUALAN DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Pada PT Intan Jaya Keramik Way Huwi)

ORIGINALITY REPORT

13%	13%	4%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
2	www.coursehero.com Internet Source	1%
3	text-id.123dok.com Internet Source	1%
4	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal.kompetif.com Internet Source	1%
7	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1%
8	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1%

9	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %
10	www.scribd.com Internet Source	<1 %
11	adieenilmu.blogspot.com Internet Source	<1 %
12	nafi-harahap.blogspot.com Internet Source	<1 %
13	Submitted to Syiah Kuala University Student Paper	<1 %
14	123dok.com Internet Source	<1 %
15	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus Student Paper	<1 %
16	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
17	e-journal.unair.ac.id Internet Source	<1 %
18	perkim.id Internet Source	<1 %
19	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %

20	Ela Fitriadi, Nova Rini. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SHOWROOM PERINTIS MOTOR", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020 Publication	<1 %
21	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
22	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
23	adoc.tips Internet Source	<1 %
24	es.scribd.com Internet Source	<1 %
25	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
26	jurnal.ustjogja.ac.id Internet Source	<1 %
27	ashur.staff.gunadarma.ac.id Internet Source	<1 %
28	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
29	fr.scribd.com Internet Source	<1 %

30	issuu.com Internet Source	<1 %
31	kurnianusantaraabadi.com Internet Source	<1 %
32	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
33	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
34	Madyan Madyan. "PEMBERDAYAAN PONDOK PESANTREN DALAM PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA PESANTREN DI PONDOK PESANTREN AL-BAQIYATUSH SHALIHAT KUALA TUNGKAL", SMART KIDS: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini, 2019 Publication	<1 %
35	edoc.pub Internet Source	<1 %
36	ejurnal.univalabuhanbatu.ac.id Internet Source	<1 %
37	id.123dok.com Internet Source	<1 %
38	journal.binadarma.ac.id Internet Source	<1 %
39	journal.upgris.ac.id Internet Source	<1 %

40	nasional.sindonews.com Internet Source	<1 %
41	Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Student Paper	<1 %
42	Aminah Djunaid, Baharuddin Semmaila, Serlin Serang. "Pengaruh Motivasi Kerja, Kompetensi Kerja, dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Pasar Makassar Raya", PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi, 2020 Publication	<1 %
43	dedylondong.blogspot.com Internet Source	<1 %
44	lib.ibs.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 5 words
Exclude bibliography	On		