

**PENGARUH PELAYANAN DAN KEDISIPLINAN  
TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT  
PADA KANTOR UPT PEMBERDAYAAN PEREMPUAN  
DAN PERLINDUNGAN ANAK (PPA) WILAYAH V  
LEUWISADENG KABUPATEN BOGOR**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan  
Program Sarjana Manajemen



**CICIH SUKAESIH**  
**NIM : 2015511254**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
JAKARTA  
2019**



## ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepercayaan publik pada Kantor UPT Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (PPA) Wilayah V Leuwisadeng Kabupaten Bogor. 2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan publik pada Kantor UPT Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (PPA) Wilayah V Leuwisadeng Kabupaten Bogor.

Penelitian dilakukan mulai bulan Mei hingga September 2019 dilakukan oleh pegawai pada Kantor UPT Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (PPA) Wilayah V Leuwisadeng Kabupaten Bogor. Dalam penelitian ini diambil dengan sampel sebanyak 31 orang akseptor KB yang mendapatkan pelayanan di UPT PPA wilayah V Leuwisadeng. Berdasarkan hasil analisis makapersamaan regresi yang terbentuk antara variabel pelayanan dan kedisiplinan terhadap kepercayaan pada Kantor UPT Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (PPA) Wilayah V Leuwisadeng Kabupaten Bogor adalah Memberikan kesimpulan bahwa secara signifikan variabel pelayanan dan kedisiplinan berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terbukti secara empirik.

**Kata Kunci : Pelayanan, Kedisiplinan Dan Kepercayaan**

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa, penulis panjatkan atas karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat tersusun sebagai syarat melengkapi tugas akhir untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) konsentrasi manajemen SDM pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi - Institut Pengembangan Wiraswasta Indonesia Jakarta (STIE - IPWI JAKARTA) di Jakarta, dengan Judul : **Pengaruh Pelayanan dan Kedisiplinan terhadap Kepercayaan Publik pada Kantor UPT Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (PPA) Wilayah V Leuwisadeng Kabupaten Bogor.**

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ida Kusuma Wardhani, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan dukungan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
2. Dr. Suyanto, MM., M.Ak, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI JAKARTA di Jakarta.
3. DR. Susanti Widhiastuti, SE, MM, selaku Ketua Program Sarjana STIE-IPWI JAKARTA di Jakarta.
4. Seluruh dosen dan staf pengajar STIE – IPWI JAKARTA di Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh staf karyawan dan karyawan STIE – IPWI JAKARTA di Jakarta

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan informasi.

6. Kepala Kantor UPT Pemberdayaan Perempuan Dan Perlindungan Anak (PPA) Wilayah V Leuwisadeng Kabupaten Bogor dan tenaga staf yang telah membantu penulis dalam memperoleh data-data yang penulis perlukan.
7. Suami tercinta dan Anak-anak tersayang yang selalu setia berdoa untuk keberhasilan penulis serta memberikan dorongan moral maupun materi ilham yang penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Seluruh rekan-rekan mahasiswa serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik bantuan moral maupun materi ilham yang penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini pada waktunya.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dan semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 22 Agustus 2019

Penulis,

(CICIH SUKAESIH)

**DAFTAR ISI**

**Halaman**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	
<b>DAFTAR ISI .....</b>	
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	5
<b>II. KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Sumber Daya Manusia (SDM) .....	6
2.1.1. Peranan Penting Sumber Daya Manusia (SDM) Dalam Instansi Jasa .....	6
2.1.2. Pengelolaan SDM Instansi Jasa .....	9
2.1.3. Proses Manajemen SDM Dalam Operasi Jasa .....	12
2.2 Pelayanan .....	14
2.2.1. Definisi Pelayanan .....	14
2.2.2. Standar Pelayanan Publik .....	15
2.3 Pengertian Kepuasan .....	18
2.4 Kepercayaan Publik (Trust) .....	23
2.5 Penelitian Terdahulu .....	25
2.6 Kerangka Pemikiran .....	27
2.7 Hipotesis .....	30
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
3.2 Populasi dan sampel .....	32
3.3 Variabel dan Definisi Operasional .....	33



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

3.3.1. Variabel Penelitian .....	33
3.3.2. Definisi Operasional .....	33
3.4 Metode Pengumpulan data Data.....	34
3.5 UjiPersyaratanInstrumen .....	35
3.6 MetodeAnalisisdanPengujianHipotesis.....	36
3.6.1. Metode Analisis .....	36
3.6.2. Pengujian Hipotesis .....	40
<b>IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian .....	43
4.1.1. GambaranUmum.....	43
4.1.2Visi Dan Misi.....	43
4.2 Hasil Data RespondendanHasilPenelitian.....	44
4.2.1. UjiValiditasdanReliabilitas .....	44
4.2.2. Data Responden .....	47
4.2.3. Deskriptif Statistik Data Responden .....	51
4.3 UjiPersyaratan Data .....	55
4.4 Hasil Uji Nilai Determinan .....	61
4.5 Hasil Uji Hipotesis.....	61
4.6 Pembahasan.....	63
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	66
5.2 Saran –Saran .....	66

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Bentuk Pelayanan .....	3
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	25
3.1. Jadwal Penelitian .....	31
3.2 Definisi Operasional Dan Indikator .....	34
4.1 Hasil Uji Validitas Data Pelayanan ( $X_1$ ).....	43
4.2 Rangkuman Data Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan ( $X_1$ ).....	44
4.3 Hasil Uji Validitas Data Kepuasan ( $X_2$ ) .....	45
4.4 Rangkuman Data Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan ( $X_2$ ).....	45
4.5 Hasil Uji Validitas Data Kepercayaan (Y) .....	46
4.6 Rangkuman Data Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (Y).....	47
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	47
4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	49
4.10 Jawaban Responden Variabel Pelayanan ( $X_1$ ) .....	50
4.11 Jawaban Responden Variabel Kepuasan ( $X_2$ ).....	51
4.12 Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (Y).....	53
4.13 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	54
4.14 Coeficient Uji Asumsi.....	56
4.15 Uji Asumsi Autokorelasi.....	56
4.16 Hasil Uji Regresi.....	57
4.17 Hasil Uji Summary .....	59
4.18 Hasil Uji t .....	59
4.19 Hasil Uji Anova .....	60



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual .....	30
3.1 Pengaruh Antar Variabel .....	32
4.1 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	48
4.2 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan JenisKelamin .....	49
4.3 Grafik Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
4.4 DeskriptifStatistik Data JawabanRespondenPelayanan .....	51
4.5 DeskriptifStatistik Data JawabanRespondenKepuasan.....	52
4.6 DeskriptifStatistikJawabanRespondenKepercayaan .....	53
4.7 Normal P-P Plot UjiAsumsiNormalitas.....	55
4.8 Scatterplot UjiAsumsiHeteroskedastisitas .....	57





## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang Masalah

Pemberian pelayanan masyarakat oleh aparatur pemerintah kepada masyarakat merupakan implikasi dari fungsi aparat negara sebagai pelayan masyarakat sehingga kedudukan aparatur pemerintah dalam pelayanan umum (*public services*) sangat strategis karena akan menentukan sejauhmana pemerintah mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya bagi masyarakat dan sejauhmana negara telah menjalankan perannya dengan baik sesuai dengan tujuan pendiriannya. Perkembangan kehidupan masyarakat yang sangat dinamis seiring dengan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik, merupakan indikasi dari empowering yang dialami oleh masyarakat. Hal ini berarti masyarakat semakin sadar akan apa yang menjadi hak dan kewajibannya sebagai warga negara dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Masyarakat semakin berani untuk mengajukan tuntutan, keinginan dan aspirasinya kepada pemerintah. Masyarakat semakin kritis dan semakin berani untuk melakukan kontrol terhadap apa yang dilakukan oleh pemerintahnya. Kesadaran akan hak-hak sipil yang terjadi di masyarakat tidak lepas dari pendidikan politik yang terjadi selama ini.

Pelayanan masyarakat oleh aparatur pemerintah dewasa ini masih banyak dijumpai kelemahan sehingga belum dapat memenuhi kualitas yang diharapkan masyarakat. Hal ini ditandai dengan masih adanya berbagai

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



### © Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

keluhan masyarakat yang disampaikan melalui media massa, sehingga dapat menimbulkan citra yang kurang baik terhadap aparat pemerintah. Mengingat fungsi utama pemerintah adalah melayani masyarakat maka pemerintah perlu terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan (KEPMENPAN No. 25 Tahun 2004).

Semakin maju suatu negara, kontribusi sektor jasa pada kegiatan perekonomian nasionalnya akan semakin dominan. Terlepas dari kapan kita akan sampai ke sana, bidang jasa telah mendapat perhatian khusus dalam kajian ilmu terutama pemasaran karena sifatnya yang unik. Pada praktiknya, jasa bisa dilihat dari 2 (dua) sudut pandang yang berbeda yaitu 1 (pertama) jasa dipandang sebagai "produk" (*offering*) utama, kedua (2) jasa sebagai "layanan" pendukung suatu produk. Oleh karena itu, pengetahuan tentang jasa bukan hanya bermanfaat bagi pengelola bisnis jasa namun juga untuk pengelola bisnis barang (*tangibles*). Saat ini, sangat sulit membayangkan suatu barang (*tangibles*) tanpa unsur layanan. Demikian pula halnya dengan produk jasa murni. Berbicara mengenai jasa produk maupun layanan walaupun dengan sarana teknologi yang canggih tetap tidak terlepas dari peran Sumber Daya Manusia (SDM).

Pelayanan merupakan hal yang sangat penting diperhatikan oleh instansi karena itu menyangkut kemampuan masyarakat, oleh karena itu instansi dalam menentukan jasa harus menetakannya dengan hati-hati dengan melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas jasa tersebut (Sugiharto, 2009). Hal inilah yang mendorong peneliti untuk meneliti

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



mengenai kedisiplinankualitas akan pelayanan untuk masyarakatdi lingkunganKantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng dan untuk mengevaluasi betapa pentingnya pelayanan, kepercayaan dan kedisiplinan pada Pada Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng dalam upaya untuk meningkatkan Kepercayaan masyarakat yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup instansi maka perlu dilakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Pelayanan dan Kedisiplinan terhadap Kepercayaan Masyarakatpada Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng”**.

### 1.2.Perumusan Masalah

Agar dapat bersaing, bertahan hidup, dan berkembang instansi dituntut untuk mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat.Jasa dan jasa yang tidak memenuhi kualitas dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya masyarakat beralih ke instansi lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan jasa dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kedisiplinanmasyarakat (Tjiptono, 2003).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengaruh pelayanan terhadap kepercayaan masyarakatpada Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng
2. Apakah pengaruh kedisiplinan terhadap kepercayaan masyarakat pada Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng



### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepercayaan masyarakat pada Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng
2. Untuk mengetahui pengaruh kedisiplinan terhadap kepercayaan masyarakat pada Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng

### 1.4. Manfaat Penelitian.

Manfaat Penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Peneliti  
Dapat memahami dan secara langsung mengimplikasikan teori yang ada di perkuliahan dengan kondisi kerja.
- b. Bagi Institusi  
Sebagai bahan masukan dalam membina sumber daya manusia sehingga memiliki komitmen untuk membangun dan mengembangkan institusi dengan diselaraskan visi misi.
- c. Bagi Umum  
Sebagai bahan referensi atau rujukan bagi peneliti selanjutnya.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



## **BAB 1 : PENDAHULUAN**

yang menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB 2 : KAJIAN PUSTAKA**

memaparkan kajian teori yang menguraikan pengertian dari variabel yang di teliti, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran serta hipotesis.

## **BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

yaitu memaparkan tempat penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, indikator variabel penelitian, pengujian yaitu instrumen berupa uji validitas, reliabilitas, pengujian berupa uji normalitas, multikolinieritas, metode penelitian, instrumen penelitian, populasi dan sampel, metode analisis data yang menggunakan analisis Stastistik di bantu dengan Program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*)

## **BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN,**

yaitu memaparkan kondisi pegawai Pada Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng dan pemaparan data dengan hasil penelitian yang disertai dengan pembahasannya.

## **BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN**

yang berisi Kesimpulan dan beberapa saran sebagai alternatif pemecahan permasalahan dalam penelitian ini.



## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Sumber Daya Manusia dalam Pemasaran

##### 2.1.1. Peranan Penting Sumber Daya Manusia (SDM) Dalam Instansi Jasa

Ditengah-tengah pesatnya kecanggihan teknologi ternyata peran SDM dalam menentukan keberhasilan instansi tidak bisa diabaikan, ibarat pepatah, SDM merupakan sumber keunggulan daya saing yang tak lekang oleh panas, tak lapuk oleh hujan (Rambat Lupiyoadi, 2001 : 116). Hal ini berbeda dengan teknologi produk dan proses produksi yang dinilai makin berkurang peran pentingnya sebagai sumber keunggulan daya saing. Dalam pemasaran jasa, kesuksesannya juga sangat tergantung pada SDM yang dimiliki. Apalagi untuk mencapai hasil yang optimal diperlukan keterlibatan langsung antara penyedia jasa dengan konsumennya. Instansi juga harus mengantisipasi segala kemungkinan terjadinya permasalahan dalam pengelolaan SDM mulai dari tahap seleksi hingga proses manajemen SDM yang lebih kompleks. Tingkat perhatian dan penekanan pada peran SDM dalam memasarkan jasa adalah sangat penting, apalagi pada era globalisasi saat ini dimana tidak akan ada batas anobilitas sumber daya termasuk SDM.

Peran SDM dalam instansi jasa harus dibedakan untuk pengelolaannya lebih lanjut (Payne, 1993), yang pada umumnya dapat dikelompokkan atas :

- a. *Contractors* adalah SDM yang berhubungan erat dengan konsumen dan memilih aktivitas memasarkan secara konvensional. Mereka memiliki posisi dalam hal menjual dan perannya sebagai *customer service*. SDM

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

yang terlibat dalam peran ini membutuhkan pelatihan, persiapan, dan motivasi yang tinggi untuk melayani konsumen sehari-hari. Selain itu, dituntut memiliki kemampuan untuk bersikap responsif dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

- b. *Modifiers*, yaitu SDM yang tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas pemasaran. Kontak dengan konsumen hanya dilakukan sehari-hari saja. Peran ini sangat penting, oleh karena itu, mereka harus mempunyai pandangan yang luas tentang strategi pemasaran jasa instansi. *Modifiers* memerlukan keahlian untuk dapat menjalin kerjasama yang erat dengan para konsumen. Manajemen harus mengarahkan dan mengadakan pelatihan serta pengembangan kerja secara intensif.
- c. *Influencers*, peran SDM ini lebih terfokus pada implementasi dari strategi pemasaran instansi. Tugasnya antara lain mencakup pengadaan riset dan pengembangan. Seorang *influencer* harus memiliki potensi kemampuan untuk menarik konsumen melalui hasil yang diperolehnya. Keberhasilan dicapai dengan standar keinginan konsumen. *Influencer* juga diberikan kesempatan untuk berhubungan dengan konsumen agar hasilnya lebih baik.
- d. *Isolateds*, SDM yang berada pada peran ini tampaknya akan sulit berhasil apabila tidak mendapat dukungan yang memadai dari manajemen terutama untuk memotivasi mereka. SDM harus diarahkan untuk mengetahui perannya serta strategi pemasaran instansi sehingga mereka dapat berkontribusi lebih optimal bagi instansi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

### 2.1.2. Pengelolaan SDM Instansi Jasa

Dengan melihat berbagai peran penting SDM dalam instansi tentunya diharapkan manajemen tidak lagi memandang sumber daya ini harus dengan sebelah mata. Kelalaian dalam perencanaan, pengembangan, pelaksanaan, serta pengawasan terhadap SDM yang dimiliki akan merugikan instansi. Peran penting SDM dalam pemasaran jasa dapat dijelaskan pada aspek internal marketing dan customer service. Menyadari bahwa manajemen SDM merupakan suatu kegiatan menyeluruh dari instansi yang melibatkan hubungan antara organisasi dengan para pegawai yang menjadi kekayaan utama dalam pemasaran jasa, maka diperlukan suatu komitmen yang tinggi dari seluruh elemen yang terlibat di dalamnya.

Dewasa ini mulai berkembang suatu pandangan bahwa untuk dapat memasarkan jasa dengan baik kepada para konsumen diluar instansi usahakan untuk memenuhi kebutuhan internal instansi terlebih dahulu terutama untuk SDM instansi. Internal marketing menciptakan suatu kepercayaan masyarakat SDM sebelum mereka berhubungan dengan para konsumen. Setiap anggota atau pegawai organisasi mengupayakan kontribusi yang optimal kepada konsumen dalam melaksanakan komitmennya pada instansi.

Terdapat dua (2) aspek penting dalam konsep internal marketing Kotler (1997) yaitu :





© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Pegawai dari setiap departemen memiliki peran sebagai internal customer dan supplier. Untuk dapat memberikan kualitas terbaik pada external marketing maka harus diperhatikan bahwa setiap pegawai mendapatkan kerja yang optimal
2. Pandangan yang sama terhadap misi, strategi dan tujuan instansi merupakan elemen yang penting untuk menciptakan komitmen yang tinggi pada setiap pegawai yang pada akhirnya memotivasi pegawai untuk bekerja optimal.

Untuk dapat meraih kesuksesan dalam internal marketing, instansi jasa terus perlu menekankan akan pentingnya komunikasi, keterbukaan, tanggungjawab, dan integritas yang tinggi terhadap pencapaian tujuan. Internal marketing merupakan langkah awal untuk menciptakan motivasi yang tinggi baik bagi pegawai maupun konsumen sebagai pengguna jasa (Rambat Lupiyoadi, 2001 : 117).

Dalam menciptakan suatu kerja sama jangka panjang antara manajemen, pegawai, dan konsumen, konsep internal marketing ini memberikan suatu pandangan bahwa : internal market of employees akan memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi instansi maupun bagi konsumen sehingga internal marketing penting untuk diperhatikan sebagai upaya yang bersifat jangka panjang. Proses manajemen yang penting dalam hal ini menurut Gronross (1990) adalah :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. *Attitude Management* Meliputi sikap dan motivasi pegawai dalam pelaksanaan kegiatan instansi. Pihak manajemen perlu bersikap proaktif terutama dalam perencanaan dan pengawasan kegiatan pegawainya.
2. *Communication Management* Merupakan proses manajemen dalam menyampaikan setiap informasi yang bertujuan untuk memberikan petunjuk kerja dan memberikan kesempatan pula pada para pegawainya untuk menyampaikan segala permasalahan yang dihadapi sehingga dapat terjadi komunikasi dua arah dan terjalin suasana keterbukaan.

Pada kenyataannya, seringkali hal yang pertama lebih diutamakan dan merupakan proses yang berkelanjutan sementara komunikasi hanya dilakukan sewaktu-waktu saja. Untuk mencapai kesuksesan, sebaliknya kedua proses tersebut dilakukan secara seimbang.

Dari sisi manajemen instansi, terdapat beberapa program umum yang digunakan untuk mengimplementasikan konsep internal marketing ini, yaitu :  
Training Merupakan program yang ditujukan bagi SDM instansi berupa pemberian informasi pengetahuan dasar mengenai strategi kerja, sikap, kemampuan, baik berkomunikasi maupun pemasaran jasa serta memahami konsumen. *Management Support and Internal Interactive Communication* Merupakan sarana kerjasama yang efektif dari kalangan manajemen instansi kepada SDM pelaksana dan juga membuka kesempatan komunikasi dua arah dari pegawai kepada atasan. Informasi meliputi masalah kerja atau keputusan-keputusan penting lainnya dalam instansi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



### *Personal Administration Tools And Humand Resources Management*

Manajemen perlu mempertimbangkan program perencanaan SDM yang tepat dan efektif agar dalam pelaksanaan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan koordinasi secara berkesinambungan.

*Developing A Service Culture* Manajemen instansi harus dapat menciptakan suatu pola yang sama untuk setiap SDM agar kinerjanya memuaskan konsumen. Untuk instansi jasa, internal marketing memberikan banyak manfaat dalam mencapai kesuksesan pemasaran karena lebih bersifat integratif dan merupakan proses yang berkelanjutan. Manfaat tersebut antara lain :

1. Sarana efektif untuk mengembangkan keunggulan-keunggulan kompetitif yang dimiliki instansi karena internal marketing memberikan suasana keterbukaan sehingga memungkinkan penggalan informasi terutama mengenai potensi SDM.
2. Mengurangi adanya konflik, karena terencananya setiap program dan partisipasi sangat ditekankan dalam setiap pengambilan keputusan
3. Memfasilitasi adanya inovasi, karena internal marketing merupakan proses berkelanjutan dan memotivasi pegawai untuk berfikir kreatif.

Keberhasilan instansi untuk memuaskan lingkungan internalnya akan dapat membawa keberhasilan pula bagi lingkungan eksternalnya. Bahkan instansi mampu menciptakan suatu pola pemasaran yang integratif dalam jangka panjang, baik bagi pegawai maupun bagi konsumennya. Kompensasi yang seimbang antara kinerja dan kedisiplinan imbalan menciptakan

#### © Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

pandangan positif bagi SDM tentang instansi yang akan diwujudkan sebagai loyalitas kerja yang positif pula. Perusahaan harus berupaya untuk melaksanakan internal marketing sebagai bagian baru proses manajemen usahanya (Rambat Lupiyoadi, 2001 : 119).

### 2.1.3. Proses Manajemen SDM Dalam Operasi Jasa

Hal penting lainnya yang perlu mendapat perhatian dari operasi jasa adalah bagaimana pola dan proses manajemen yang digunakan organisasi yang efektif. Manajemen hendaknya mengupayakan pemberdayaan SDM melalui :

1. *Recruit the Right Employees* Melakukan rekrutmen pegawai sesuai dengan kualifikasi instansi agar pemasaran jasa berlangsung baik. Kemampuan yang perlu dicermati antara lain adalah keahlian teknik dan karakteristik personal yang dimiliki. Penilaian ini tergantung pada tuntutan kerja yang ada.
2. *Train Employees Property* Walaupun SDM yang ada adalah hasil seleksi bukan berarti tidak memerlukan pelatihan. Pelatihan tetap diberikan sebagai bekal untuk menghadapi segala situasi agar dalam operasinya setiap SDM memberikan kontribusi terbaiknya.
3. *Educate the customer* Selain pada pegawai instansi, operasi jasa akan berjalan lancar bila konsumennya memiliki informasi yang jelas dan lengkap mengenai jasa yang ditawarkan instansi. Konsumen dan penyedia jasa akan dapat berinteraksi sehingga tidak ada unsur ketertutupan dalam kerjasama.



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. *Educate All Employees* Internal marketing juga menjadi fokus dalam menciptakan manajemen operasi yang baik. Apabila pegawai memiliki sikap dan kemampuan pelayanan yang baik maka segala permasalahan akan dapat diatasi.
5. *Be Efficient First, Nice Second* Pemberian jasa adalah mengutamakan efisiensi kemudian diikuti sikap ramah tamah.
6. *Standardize Response System* Manajemen perlu menyiapkan standar untuk menangani kesulitan dan kritik yang disampaikan konsumen.
7. *Be Pronctive* Instansi harus jeli melihat setiap peluang yang ada dan menentukan strategi operasi yang tepat untuk mencapai sasaran.
8. *Evaluate Performance Regularly* Evaluasi kinerja secara rutin akan sangat berguna bagi manajemen untuk mengetahui kinerja instansi dan memberikan masukan tentang hal-hal mana yang perlu diperbaiki.

Instansi perlu mengambil tindakan koreksi untuk setiap operasi yang gagal atau kurang dari standar yang ditetapkan. Tindakan koreksi yang mungkin diambil antara lain adalah melatih SDM yang dimiliki, mengadakan rotasi kerja untuk meningkatkan motivasi atau mengganti SDM instansi yang sudah tidak memiliki kesesuaian dengan strategi instansi (Rambat Lupiyoadi, 2001 : 121). Implementasi dari seluruh aspek yang terkait dengan SDM instansi jasa ini menuntut adanya suatu komitmen, cara pandang dan pelaksanaan peran secara optimal oleh seluruh anggota instansi jasa agar dapat mencapai ketepatan operasi dan keefektifan kinerja.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



## 2.2. Pelayanan

### 2.2.1. Definisi Pelayanan

Berdasarkan Undang-undang Remasyarakat Indonesia pasal 1 nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Masyarakat, pengertian pelayanan masyarakat adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas jasa, barang, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan masyarakat.

Sementara itu kemudian menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No.63/KEP/M.PAN/7/2003, pelayanan masyarakat adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan masyarakat sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Dan selanjutnya menurut Ridwan dan Sudrajat (2009:19) pelayanan masyarakat merupakan pelayanan yang diberikan oleh pemerintah sebagai penyelenggara negara terhadap masyarakat nya guna memenuhi kebutuhan dari masyarakat itu sendiri dan memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, berdasarkan uraian yang dibahas diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan masyarakat adalah proses pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat oleh penyelenggaraan negara dalam hal ini negara didirikan oleh masyarakat (masyarakat) tentu saja dengan tujuan agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pada hakekatnya negara dalam hal ini pemerintah (birokrat) haruslah dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kebutuhan ini harus dipahami bukanlah kebutuhan secara individual akan tetapi berbagai kebutuhan yang sesungguhnya diharapkan oleh masyarakat.

### 2.2.2. Standar Pelayanan Masyarakat

Menurut Ridwan dan Sudrajat (2009:103), setiap penyelenggaraan pelayanan masyarakat harus memiliki standar pelayanan dan dimasyarakatkan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang diberlakukan dalam penyelenggaraan pelayanan yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Adapun standar pelayanan yakni meliputi sebagai berikut:

#### 1. Prosedur pelayanan

Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengadilan.

#### 2. Waktu penyelesaian

Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian pelayanan termasuk pengadilan.

#### 3. Biaya pelayanan

Biaya atau tarif pelayanan termasuk rincian yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.

#### 4. Produk pelayanan

Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

#### 5. Sarana dan prasarana

Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggaraan pelayanan masyarakat.

## 6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Sedangkan menurut Moenir (2005:197) menyatakan bahwa agar layanan dapat memuaskan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka si pelaku dalam hal ini petugas, harus dapat memenuhi empat persyaratan pokok, yaitu:

### 1. Empat (4) syarat pokok petugas menurut Moenir

#### a. Tingkah laku yang sopan

Dengan sopan santun orang merasa dihormati dan dihargai sebagai layaknya dalam hubungan kemanusiaan dengan demikian sudah merupakan suatu kedisiplinan tersendiri bagi yang bersangkutan.

#### b. Cara menyampaikan

Penyampaian sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan dan hendaknya memperhatikan pada prinsip sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk menghindari penyampaian yang menyimpang.

#### c. Waktu penyampaian

Menyampaikan sesuatu hasil olahan yang tepat sangat didambakan setiap orang yang mempunyai permasalahan.

#### d. Keramah tamahan

Hanya ada pada layanan lisan baik berhadapan maupun tidak berhadapan.



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sedangkan standar pelayanan menurut Kasmir (2005: 18-21) yaitu dasar-dasar pelayanan terdapat sepuluh hal yang harus diperhatikan agar dapat membuat penerima layanan menjadi aman, nyaman, dan menyenangkan, antara lain seperti :

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
2. Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyuman.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah mengenal satu sama lain.
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan sikap pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya.
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
8. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kedisiplinan.
9. Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
10. Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani.

Berdasarkan dari beberapa pendapat para ahli diatas mengenai standar pelayanan masyarakat yang baik dan memuaskan, maka dapat disimpulkan bahwa tolak ukur atau standar yang digunakan dalam sebuah pelayanan masyarakat antara lain berkaitan dengan :

- a. Keramahan dari penyedia layanan
- b. Waktu pelayanan yang jelas dapat dilayani secara cepat, tepat dan akurat
- c. Sanggup memberikan pelayanan yang baik dan menyenangkan
- d. Sopan dalam berperilaku agar dapat saling menghormati satu sama lain.



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

## 2.3. Disiplin Kerja

### 2.3.1. Pengertian dan Definisi Disiplin Kerja

Disiplin Kerja adalah suatu sikap menghormati, menghargai, patuh dan taat terhadap peraturan-peraturan yang berlaku, lebih baik yang tertulis maupun tidak tertulis serta sanggup menjalankannya dan tidak mengelak untuk menerima sanksi-sanksinya apabila ia melanggar tugas dan wewenang yang diberikan kepadanya (Susanto, 2007). Atau disiplin kerja yaitu suatu sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan ketaatan, kepatuhan, kesetiaan, keteraturan dan ketertiban pada peraturan perusahaan atau organisasi dan norma-norma sosial yang berlaku.

Disiplin Kerja menurut (Wursanto, 2009) yaitu keadaan yang menyebabkan / memberikan dorongan kepada pegawai untuk berbuat dan melakukan segala kegiatan sesuai dengan norma-norma / peraturan yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Nitisemito (2008) disiplin kerja adalah sikap, tingkah laku dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari perusahaan baik tertulis maupun tidak tertulis.

Jadi dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa disiplin kerja adalah ketekunan, ketaatan, kegiatan, sikap yang sangat hormat yang nampak sesuai dengan tata aturan yang telah disepakati bersama antara organisasi dan pegawainya.

Menegakkan disiplin kerja sangat penting bagi perusahaan. Adanya disiplin kerja akan menjamin terpeliharanya tata tertib dan kelancaran pelaksanaan kerja perusahaan, sehingga memperoleh hasil yang optimal.

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Sedangkan bagi karyawan, disiplin kerja memberikan dampak suasana kerja yang menyenangkan sehingga akan menambah semangat dalam melaksanakan pekerjaannya.

Berikut definisi dan pengertian disiplin kerja dari beberapa sumber buku adalah :

- Menurut Sastrohadiwiryono (2003), disiplin kerja adalah suatu sikap menghormati, menghargai, patuh dan taat terhadap peraturan-peraturan yang berlaku, baik yang tertulis maupun tidak tertulis serta sanggup menjalankannya dan tidak mengelak untuk menerima sanksi-sanksinya apabila ia melanggar tugas dan wewenang yang diberikan kepadanya.
- Menurut Rivai (2011), disiplin kerja adalah suatu alat yang dipergunakan para manajer untuk berkomunikasi dengan karyawan agar mereka bersedia untuk mengubah suatu perilaku serta sebagai suatu upaya untuk meningkatkan kesadaran dan kesediaan seorang dalam memenuhi segala peraturan perusahaan.
- Menurut Hasibuan (2002), disiplin kerja adalah kesadaran dan kesediaan seseorang menaati semua peraturan dan norma-norma sosial yang berlaku. Kesadaran adalah sikap seseorang yang secara sukarela menaati semua peraturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya, kesediaan adalah suatu sikap dan tingkah laku dalam melaksanakan peraturan perusahaan, baik yang tertulis maupun tidak.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Menurut Sutrisno (2009), disiplin kerja adalah perilaku seseorang yang sesuai dengan peraturan, prosedur kerja yang ada atau disiplin adalah sikap, tingkah laku dan perbuatan yang sesuai dengan peraturan dari organisasi baik tertulis maupun yang tidak tertulis.

### 2.3.2. Jenis-jenis Disiplin Kerja

Menurut Moekizat (2002), terdapat dua jenis disiplin kerja, yaitu:

1. **Self imposed discipline**, yaitu disiplin yang dipaksakan diri sendiri. Disiplin yang berasal dari diri seseorang yang ada pada hakikatnya merupakan suatu tanggapan spontan terhadap pimpinan yang cakap dan merupakan semacam dorongan pada dirinya sendiri artinya suatu keinginan dan kemauan untuk mengerjakan apa yang sesuai dengan keinginan kelompok.
2. **Command discipline**, yaitu disiplin yang diperintahkan. Disiplin yang berasal dari suatu kekuasaan yang diakui dan menggunakan cara-cara menakutkan untuk memperoleh pelaksanaan dengan tindakan yang diinginkan yang dinyatakan melalui kebiasaan, peraturan-peraturan tertentu. Dalam bentuknya yang ekstrem command discipline memperoleh pelaksanaannya dengan menggunakan hukum.

Menurut Handoko (2001), terdapat empat bentuk disiplin kerja, yaitu:

1. **Disiplin Preventif**. Disiplin preventif adalah kegiatan yang dilaksanakan untuk mendorong para karyawan agar mengikuti berbagai standar dan aturan, sehingga penyelewengan-penyelewengan dapat dicegah.

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

2. **Disiplin Korektif.** Disiplin korektif adalah kegiatan yang diambil untuk menangani pelanggaran terhadap aturan-aturan dan mencoba untuk menghindari pelanggaran-pelanggaran lebih lanjut.

3. **Aturan Kompor Panas.** Aturan ini pada hakekatnya menyatakan bahwa tindakan pendisiplinan hendaknya mempunyai ciri-ciri yang sama dengan hukuman yang diterima seseorang karena menyentuh sebuah kompor panas.

1. **Disiplin Progresif.** Disiplin progresif adalah memberikan hukuman-hukuman yang lebih berat terhadap pelanggaran-pelanggaran yang berulang. Tujuannya adalah memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengambil tindakan korektif sebelum hukuman-hukuman yang lebih serius dilaksanakan.

### 2.3.3. Aspek dan Indikator Disiplin Kerja

Menurut Robbins (2005), terdapat tiga aspek disiplin kerja, yaitu:

#### a. Disiplin waktu

Disiplin waktu di sini diartikan sebagai sikap atau tingkah laku yang menunjukkan ketaatan terhadap jam kerja yang meliputi: kehadiran dan kepatuhan karyawan pada jam kerja, karyawan melaksanakan tugas dengan tepat waktu dan benar.

#### b. Disiplin peraturan

Peraturan maupun tata tertib yang tertulis dan tidak tertulis dibuat agar tujuan suatu organisasi dapat dicapai dengan baik. Untuk itu dibutuhkan

sikap setia dari karyawan terhadap komitmen yang telah ditetapkan tersebut. Kesetiaan di sini berarti taat dan patuh dalam melaksanakan perintah dari atasan dan peraturan, tata tertib yang telah ditetapkan. Serta ketaatan karyawan dalam menggunakan kelengkapan pakaian seragam yang telah ditentukan organisasi atau perusahaan.

### c. Disiplin tanggung jawab

Salah satu wujud tanggung jawab karyawan adalah penggunaan dan pemeliharaan peralatan yang sebaik-baiknya sehingga dapat menunjang kegiatan kantor berjalan dengan lancar. Serta adanya kesanggupan dalam menghadapi pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya sebagai seorang karyawan.

Sedangkan menurut Sutrisno (2009), terdapat empat indikator disiplin kerja, yaitu :

1. **Taat terhadap aturan waktu.** Dilihat dari jam masuk kerja, jam pulang, dan jam istirahat yang tepat waktu sesuai dengan aturan yang berlaku di perusahaan.
2. **Taat terhadap peraturan perusahaan.** Peraturan dasar tentang cara berpakaian, dan bertingkah laku dalam pekerjaan.
3. **Taat terhadap aturan perilaku dalam pekerjaan.** Ditunjukkan dengan cara-cara melakukan pekerjaan-pekerjaan sesuai dengan jabatan, tugas, dan tanggung jawab serta cara berhubungan dengan unit kerja lain.



4. **Taat terhadap peraturan lainnya di perusahaan.** Aturan tentang apa yang boleh dan apa yang tidak boleh dilakukan oleh para pegawai dalam perusahaan.

#### 2.3.4. Faktor yang Mempengaruhi Disiplin Kerja

Menurut Hasibuan (2002), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat disiplin kerja, yaitu sebagai berikut :

##### a. Tujuan dan Kemampuan

Tujuan dan kemampuan ikut mempengaruhi tingkat kedisiplinan karyawan. Tujuan yang akan dicapai harus jelas dan ditetapkan secara ideal serta cukup menantang bagi kemampuan karyawan. Hal ini berarti bahwa tujuan (pekerjaan) yang dibebankan kepada karyawan harus sesuai dengan kemampuan karyawan bersangkutan, agar dia bekerja sungguh-sungguh dan disiplin dalam mengerjakannya.

##### b. Kepemimpinan

Kepemimpinan sangat berperan dalam menentukan kedisiplinan karyawan, karena pimpinan dijadikan teladan dan panutan oleh para bawahannya. Pimpinan harus mencontohkan perilaku yang baik agar ditiru oleh bawahannya nanti. Seorang Pemimpin jangan mengharapkan kedisiplinan bawahannya akan baik, jika dia pun tak mampu mencontohkan perilaku disiplin yang baik kepada bawahannya.

##### c. Balas Jasa

Balas jasa (gaji dan kesejahteraan) ikut mempengaruhi kedisiplinan karyawan karena balas jasa akan memberikan kedisiplinan dan kecintaan

karyawan terhadap perusahaan/pekerjaannya. Jika kecintaan karyawan semakin baik terhadap pekerjaan, kedisiplinan mereka akan semakin baik pula.

#### **d. Keadilan**

Keadilan ikut mendorong terwujudnya kedisiplinan karyawan, karena ego dan sifat manusia yang selalu merasa dirinya penting dan minta diperlakukan sama dengan manusia lainnya. Dengan keadilan yang baik akan menciptakan kedisiplinan yang baik pula. Jadi, keadilan harus diterapkan dengan baik pada setiap perusahaan supaya kedisiplinan karyawan perusahaan baik pula.

#### **e. Waskat**

Waskat (pengawasan melekat) adalah tindakan nyata dan paling efektif dalam mewujudkan kedisiplinan karyawan perusahaan. Waskat efektif merangsang kedisiplinan dan moral kerja karyawan. Karyawan merasa mendapat perhatian, bimbingan, petunjuk, pengarahan, dan pengawasan dari atasannya.

#### **f. Ketegasan**

Ketegasan pimpinan dalam melakukan tindakan akan mempengaruhi kedisiplinan karyawan perusahaan. Pimpinan harus berani dan tegas, bertindak untuk menghukum setiap karyawan yang indisipliner sesuai dengan sanksi hukuman yang telah ditetapkan. Ketegasan pimpinan menegur dan menghukum setiap karyawan yang indisipliner akan mewujudkan kedisiplinan yang baik pada perusahaan tersebut.





© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

### g. Sangsi

Sangsi berperan penting dalam memelihara kedisiplinan karyawan. Dengan sangsi hukuman yang semakin berat, karyawan akan semakin takut melanggar peraturan-peraturan perusahaan, sikap, perilaku indisipliner karyawan akan berkurang.

### 2.4. Kepercayaan Masyarakat (Trust)

Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Membentuk kepercayaan konsumen merupakan cara untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Menurut Moorman, Deshpande, dan Zaltman (2007), kepercayaan (*Trust*) adalah kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut. Menurut Mowen dan Minor (2002:312), “kepercayaan konsumen (*consumer beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya”. Sedangkan menurut Lau dan Lee (2007:344), “kepercayaan masyarakat pada merek (*brand trust*) didefinisikan sebagai keinginan masyarakat untuk bersandar pada sebuah merek pada resiko-resiko yang dihadapi karena ekspektasi terhadap merek itu akan menyebabkan hasil yang positif”. Costabile (dalam Pantja Djati dan Ferrinadewi, 2004:117) kepercayaan atau trust didefinisikan sebagai persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja jasa dan kedisiplinan.



Menurut Kotler (2009:219), kepercayaan adalah kesediaan instansi untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antarpribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati instansi. Menurut Morgan dan Hunt dalam Suhardi (2006:51) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan kehandalan dan integritas pihak yang lain.

Menurut Barnes (2003:149), beberapa elemen penting dari kepercayaan adalah:

- 1) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan masa lalu
- 2) Watak yang diharapkan dari partner, seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan
- 3) Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam resiko
- 4) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada diri partner

Menurut Kotler (2009:220), dimensi kepercayaan terdiri atas:

- a. Transparan: informasi, penuh jujur
2. Kualitas produk/jasa: produk dan jasa terbaik untuk memenuhi harapan
3. Insentif: insentif diselaraskan sehingga pegawai mempercayai dan memenuhi diri mereka sendiri
4. Desain kerja sama: pelanggan membantu merancang produk secara perorangan dan melalui komunitas

### © Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

5. Perbandingan produk dan nasihat: membandingkan produk pesaing secara jujur dan komunitas kompherehensif
6. Rantai pasokan: semua mitra rantai pasokan bersatu untuk membangun kepercayaan
7. Advokasi/pervasif: semua fungsi bekerja untuk membangun kepercayaan

## 2.5. Penelitian Terdahulu

1. *Indira Fandany 2016*, Pengaruh Budaya Disiplin Sekolah dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepercayaan Masyarakat di SMA Al-Islam Krian, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh budaya disiplin sekolah terhadap kepercayaan masyarakat, pengaruh komitmen organisasi terhadap kepercayaan masyarakat, serta pengaruh budaya disiplin sekolah dan komitmen organisasi terhadap kepercayaan masyarakat di SMA Al-Islam Krian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang terdiri dari 3 identifikasi masalah. Populasi dalam penelitian ini adalah guru beserta tenaga administrasi di SMA Al-Islam Krian sebanyak 83 orang. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh dengan jumlah sampel seluruh jumlah populasi yaitu 83 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa angket dengan menggunakan skala likert, adapun angket tersebut adalah budaya disiplin sekolah, komitmen organisasi, dan kepercayaan masyarakat dengan skor minimal 1 dan skor maksimal 4. Dari hasil uji validasi dan reliabilitas diperoleh hasil yaitu pada angket sebanyak 77 pernyataan. Data yang diperoleh dari penelitian

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

di uji persyaratan terlebih dahulu dengan uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Hasil dari uji t dua sampel independen sebagai berikut: (1) Nilai t hitung budaya disiplin sekolah ( $X_1$ ) terhadap kepercayaan masyarakat (Y) adalah sebesar 3,428, yang berarti 3,428 lebih besar dari t tabel 1,990. Maka dapat disimpulkan variabel budaya disiplin sekolah ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat (Y) di SMA Al-Islam Krian. (2) Nilai t hitung komitmen organisasi ( $X_2$ ) terhadap kepercayaan masyarakat (Y) adalah sebesar 1,401, yang berarti 1,401 lebih kecil dari t tabel 1,990. Maka dapat disimpulkan variabel komitmen organisasi ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat (Y) di SMA Al-Islam Krian. Sedangkan hasil uji f yakni diperoleh hasil f hitung sebesar 8,854, yang berarti lebih besar dari f tabel sebesar 3,11. Maka dapat disimpulkan variabel budaya disiplin sekolah ( $X_1$ ) dan komitmen organisasi ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat di SMA Al-Islam Krian (Y)

2. Ricky Nur 2015. Pengaruh Pelayanan Dan Kedisiplinan Masyarakat Kentucky Fried Chicken Terhadap Kepercayaan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan metode deskriptif explanatory dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan pelayanan di KFC Cabang X Bandung dapat dikatakan baik, karena nilai rata-rata dari keseluruhan pernyataan adalah sebesar 4,00 berada pada interval 3,40 – 4,19, walau demikian masih terdapat nilai di

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

bawah rata-rata sehingga perlu ditingkatkan, seperti masih kurangnya fasilitas yang dirasakan konsumen. Kedisiplinan masyarakat KFC Cabang X dapat dikatakan baik, karena nilai keseluruhan pernyataan sebesar 3,78.. Walaupun masih perlu ada yang ditingkatkan karena nilainya rendah seperti memonitor tingkat kunjungan setiap harinya yang perlu ditingkatkan kembali. Kepercayaan masyarakat pada KFC Cabang X dikatakan tinggi, hal ini karena nilai rata-rata sebesar 3.87 yang berada pada interval 3,40 - 4,19. Tetapi masih perlu ditingkatkan karena memiliki nilainya rendah seperti mereferensikan produk-produk di KFC Cabang X kepada konsumen lain, sehingga hal ini perlu adanya peningkatan. Pelayanan dan kedisiplinan masyarakat berpengaruh terhadap Kepercayaan masyarakat dengan hubungan yang kuat dengan nilai 0.784 dan berpengaruh sebesar 61,4%. Hasil uji hipotesis menunjukkan Fhitung lebih besar dari Ftabel dengan demikian pelayanan dan kedisiplinan masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap Kepercayaan masyarakat.

3. Sinaga 2010. Pengaruh Pelayanan, Kedisiplinan Masyarakat, Dan Lokasi Terhadap Kepercayaan masyarakat (Studi Kasus Pada Warnet Chamber Semarang ). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut,  $Y = 0,326 X_1 + 0,320 X_2 + 0,216 X_3$  Karena nilai koefisien seluruhnya positif, maka hal ini berarti ketiga variabel tersebut mempunyai hubungan yang positif sejalan terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa ketiga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen Kepercayaan masyarakat. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Pelayanan, Kedisiplinan Masyarakat dan Lokasi memang layak untuk menguji variabel dependen Kepercayaan masyarakat. Angka Adjusted R Square sebesar 0,506 menunjukkan bahwa 50,6 persen variasi Kepercayaan masyarakat dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 49,4 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

## 2.6. Kerangka Pemikiran

### 1. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepercayaan Masyarakat

Masyarakat merupakan fokus utama dalam pelayanan, karena tanpa masyarakat suatu instansi pemerintah tidak bisa memperoleh kepercayaan untuk menjalankan pelayanannya. Oleh karena itu, hal utama yang harus dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga tercipta kepercayaan untuk mendapatkan masyarakat yang loyal pada instansi. Lau dan Lee (1999) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkannya pada pihak lain dengan resiko tertentu. Hasil penelitian Pin-Fenn Chou (2014) juga menunjukkan bahwa terdapat adanya hubungan yang positif antara pelayanan dengan kepercayaan masyarakat. Dengan demikian masyarakat yang percaya terhadap instansi akan menggantungkannya karena



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

adanya jaminan dari pelayanan yang bagus, sebaliknya masyarakat yang tidak percaya terhadap instansi tidak akan menggantungkan dirinya dikarenakan tidak adanya jaminan akan pelayanan yang bagus.

H1 = ada pengaruh positif antara pelayanan terhadap kepercayaan masyarakat

## 2. Pengaruh kedisiplinan terhadap Kepercayaan Masyarakat

Di dalam pencapaian tujuan tersebut sangat berkaitan dengan penerapan disiplin karyawan. Hubungan disiplin kerja terhadap kepercayaan masyarakat sangat berpengaruh sekali terhadap hasil kerja atau prestasi kerja yang telah dilakukan seorang karyawan. Dengan disiplin yang baik maka secara tidak langsung akan tercapai kepercayaan masyarakat dan mempercepat pencapaian tujuan perusahaan, sebaliknya jika disiplin karyawan tidak baik maka kepercayaan masyarakat yang dihasilkan tidak maksimal dan tujuan perusahaan tidak akan tercapai pula, dapat dikatakan bahwa karyawan yang disiplin adalah karyawan yang tertib, mengerjakan semua pekerjaan dengan baik, menaati semua peraturan yang berlaku di dalam perusahaan dan mematuhi norma-norma sosial yang berlaku sehingga dengan adanya karyawan yang disiplin tinggi maka akan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat suatu perusahaan Seperti penelitian yang dilakukan oleh *Indira Fandany 2016 yang menunjukkan bahwa kedisiplinan memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan masyarakat*. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang akan diajukan adalah sebagai berikut :

H2 = Ada pengaruh positif kedisiplinan terhadap kepercayaan masyarakat

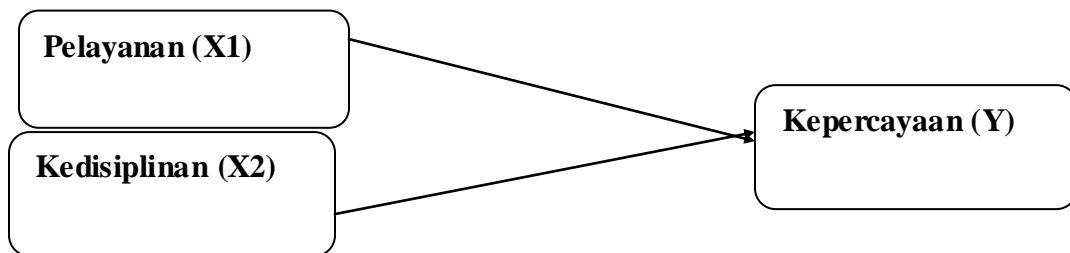
### 3. Pengaruh Pelayanan Dan Kedisiplinan Terhadap Kepercayaan Masyarakat

Pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kedisiplinan masyarakat. Pelayanan memberikan suatu dorongan kepada masyarakat untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan instansi. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan instansi untuk memahami dengan seksama harapan masyarakat serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, instansi dapat meningkatkan kedisiplinan masyarakat di mana instansi memaksimalkan pengalaman masyarakat yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman masyarakat yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Seffy, Suwignjo dan Budi Santosa (2011) yang menyatakan pelayanan dan kedisiplinan berpengaruh terhadap kepercayaan.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1

berikut ini :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



Keterangan :





Uraian kerangka diatas dapat dijelaskan bahwa antara pelayanan ( $X_1$ ) dan kedisiplinan ( $X_2$ ) dan kepercayaan masyarakat(Y) mempunyai pengaruh yang dapat dipisahkan artinya apabila proses pekerjaan didukung dengan pelayanan dan kedisiplinan maka pada akhirnya akan diperoleh kepercayaan yang optimal.

### 2.7. Hipotesis Penelitian

Kesimpulan sementara yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan terhadap kepercayaan masyarakat.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kedisiplinan terhadap kepercayaan masyarakat.



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

### BAB 3

## METODE PENELITIAN

### 3.1. Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan mulai bulan Oktober hingga akhir Januari 2019 dilakukan oleh pegawai pada Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadenguntuk kegiatan pengamatan dan pengambilan data penelitian. Hal lain yang berhubungan dengan penelitian dilakukan dengan melakukan telaah pustaka dengan mengkaji teori-teori yang berhubungan dengan penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Penelitian**

Tahapan	Oktober 2018	November	Desember	Januari 2019
Penelitian awal	■			
Pengajuan Proposal		■		
Revisi Proposal			■	
Penyusunan Proposal			■	
Ujian Proposal				■

Sumber : Diolah peneliti, 2018

### 3.2. Populasi dan Sampel

Sugiyono berpendapat (2005:72) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai di Kantor UPT PPA Wilayah V Leuwisadeng sejumlah 33 pegawai. Sampel adalah bagian dari



jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan pada populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif/mewakili. Dalam penelitian ini diambil secara acak, dengan sampel sebanyak 31 pegawai. Dengan peneliti dan pimpinan tidak dijadikan sebagai responden

### 3.3. Variabel dan Definisi Operasional

#### 3.3.1. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel independen adalah sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor yang didalamnya menentukan atau mempengaruhi adanya variabel-variabel yang lain. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah pelayanan, kepercayaan masyarakat dan kedisiplinan masyarakat
2. Variabel dependen adalah sejumlah gejala dengan berbagai unsur atau faktor didalamnya yang ada ditentukan atau dipengaruhi oleh adanya variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Kepercayaan masyarakat .

#### 3.3.2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah salah satu operasional yang diberikan pada suatu variabel atau dengan cara memberikan arti kegiatan ataupun membenarkan suatu operasional yang perlu mengukur variabel tersebut (Umar, 2008). Definisi operasional meliputi :

**Tabel 3.2.**  
**Definisi Operasional Dan Indikator**

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Pertanyaan	Item
<b>Pelayanan(X1)</b> Parasuraman (2012:170)	Kualitas adalah keseluruhan kesan yang diterima masyarakat yang menyangkut inferioritas maupun superioritas organisasi. Parasuraman dalam	1. Tangibles (bukti fisik) 2. Reliability (keandalan) 3. Responsiveness (ketanggapan) 4. Assurance (jaminan) 5. Empathy (perhatian)	10	2 2 2 2 2
<b>Kedisiplinan (X2)</b> Tjiptono (2004:101)	Kedisiplinan masyarakat adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.	a. Sesuai harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesiediaan merekomendasi	10	3 3 4
<b>Kepercayaan Masyarakat (Y)</b> Yee dan faziharudean,201	Kepercayaan adalah suatu rasa percaya kepada mitra dimana seseorang berhubungan.	1. Integritas (Integrity) 2. Kebaikan (Benevolence). 3. Kompetensi (Competence).	9	3 3 3

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Suatu penelitian tidaklah selalu perlu meneliti semua individu dalam suatu populasi, karena disamping memakan waktu yang sangat lama juga akan memerlukan biaya yang tidak sedikit. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penyusunan skripsi ini antara lain sebagai berikut ;



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

**a. Observasi**

Observasi yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kegiatan pegawai yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

**b. Wawancara**

Wawancara dilakukan kepada pegawai yang diamati untuk menggali informasi yang lebih mendalam sehingga hasil yang diharapkan lebih akurat dan didasarkan pada sumber yang dapat mewakili.

**c. Kuesioner**

Penggunaan kuesioner pada penelitian survei merupakan hal yang pokok untuk pengumpulan data. Hasil kuesioner tersebut akan menjelma menjadi angka-angka dan tabel yang akan menghasilkan kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.

Pengumpulan data menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi yaitu : 1 sampai dengan 5, Kuesioner atau angket, diberikan kepada pegawai yang diambil secara *accidental sampling* dengan cara *random* (acak).

### 3.5. Uji Persyaratan Instrumen

Uji instrumen bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan (kuesioner) dalam penelitian memenuhi kriteria instrumen yang baik atau tidak. Baik tidaknya pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam instrumen penelitian dapat dilihat dari hasil uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas-reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner yang disusun dapat dimengerti oleh responden dan memiliki konsistensi pengukuran (Ghozali, 2005: 41). Analisis selanjutnya dilakukan dengan Reliability Analysis menggunakan software SPSS

#### a. Uji Validitas

Validitas yaitu suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Untuk mengukur kevalidan instrumen dalam penelitian ini digunakan software SPSS dengan kriteria pengujianya adalah jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf kesalahan 0,05 maka instrumen dinyatakan valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tersebut tidak valid (Sugiyono, 2005:146). Untuk mencari nilai  $r$  hitung digunakan program SPSS versi 16.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*, Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai  $\alpha \geq 0.60$ . dan data penelitian dapat digunakan sebagai analisis



data. (Nunnally dalam Mulyanto dan Wulandari, 2010: 126). Pengolah data menggunakan program SPSS versi 16.

### 3.6. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 3.6.1. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier ganda. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan analisis verifikatif yaitu regresi linier ganda. Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan data penelitian. Analisis regresi linier ganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan tipe data metrik (Interval atau Rasio). Analisis regresi linier ganda didahului uji persyaratan analisis yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik digunakan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi linier ganda dapat diterima secara ekonometrika karena memenuhi penaksiran BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) artinya penaksiran tidak bias, linier dan konsisten. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, linieritas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Mulyanto dan Wulandari 2010:181) :

##### a. Uji normalitas

Normalitas harus terpenuhi yang menunjukkan bahwa data variabel penelitian berasal dari data variabel yang berdistribusi normal. Normalitas data pada analisis regresi linier ganda dalam penelitian ini dilakukan secara grafik yaitu menggunakan Normal P-P

Plot.Normalitas terpenuhi jika titik-titik pada grafik Normal P-P Plot menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal grafik.

#### b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas yaitu adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak terjadi multikolinieritas yang menunjukkan variabel bebas satu dengan lainnya setara (independen). Tidak terjadinya multikolinieritas atau terpenuhi uji pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan tolerance yaitu jika :

- Nilai tolerance seluruh variable independen mendekati angka 1 dan atau lebih besar daripada 0.2
- Nilai VIF seluruh variabel independen berada di seputar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10

#### c. Uji Asumsi Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi dimana pengujian dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson hasil pengolahan data dibandingkan dengan nilai  $d_l$  dan  $d_u$  pada Durbin-

Watson tabel dengan kriteria sebagai berikut :

- $1.21 < DW < 1.65$  = tidak dapat disimpulkan
- $2.35 < DW < 2.79$  = tidak dapat disimpulkan
- $1.65 < DW < 2.35$  = tidak terjadi autokorelasi
- $DW < 1.21$  dan  $DW > 2.79$  = terjadi autokorelasi
-





#### d. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis kemampuan variabel independen pelayanan (X1) dan kedisiplinan(X2) dalam menjelaskan variabilitas variabel kepercayaan masyarakat(Y) dalam model persamaan regresi yang dihasilkan dalam analisis.Hasil analisis berupa nilai koefisien determinasi R Square ( $R^2$ ) yang menunjukkan berapa persentase kontribusi dari variable pelayanan (X1) dan kedisiplinan (X2) pada model dalam menjelaskan variabilitas nilai dari variabel kepercayaan masyarakat (Y).

#### e. Model Persamaan Regresi Linier Ganda

Regresi ganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium) bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2005 :210). Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah :

$$Y = a + bX_1 + bX_2$$

Dimana :

Y = Subjek variabel terikat yang diproyeksikan

a= Nilai konstanta Y jika nilai X=0

b = Nilai arah sebagai penentu ramalan variabel Y

x = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan

Y = Kepercayaan Masyarakat

X1 =Pelayanan

X2 =Kedisiplinan

#### f. Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model yaitu menganalisis kemampuan model persamaan regresi linier ganda dalam menjelaskan pengaruh pelayanan (X1) dan kedisiplinan(X2) terhadap kepercayaan masyarakat (Y). Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ho :  $= 0$  : model tidak baik/tidak layak

Ha :  $\neq 0$  : model baik/layak

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ( $\alpha = 0.05$ ).

Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis keempat penelitian adalah sebagai berikut :

- Jika Sig F  $< \alpha$ , maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya model hasil penelitian layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh X1 dan X2 terhadap Y
- Jika Sig F  $> \alpha$ , maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya model hasil penelitian tidak layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh X1 dan X2 terhadap Y



### 3.6.2. Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari tiga pengujian, yaitu : Uji t digunakan untuk menguji masing-masing variabel independen (pelayanan dan kedisiplinan) secara individu atau parsial, sehingga dapat diketahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (kepercayaan masyarakat). Kriteria pengujian hipotesis yaitu :

- $H_{10} : b_1 = 0$  ; tidak terdapat pengaruh
- $H_{1a} : b_1 \neq 0$  ; terdapat pengaruh

#### 1. Uji Hipotesis pertama

Pengujian hipotesis pertama adalah terdapat pengaruh yang signifikan variabel pelayanan ( $X_1$ ) terhadap kepercayaan masyarakat ( $Y$ ). Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas ( $\text{sig } t$ ) terhadap taraf uji penelitian ( $\alpha = 0.05$ ). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika nilai  $\text{Sig } t < \alpha$  , maka  $H_{10}$  ditolak dan  $H_{1a}$  diterima, artinya terdapat pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$ .
- Jika nilai  $\text{Sig } t > \alpha$  , maka  $H_{10}$  diterima dan  $H_{1a}$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh  $X_1$  terhadap  $Y$

#### 2. Uji Hipotesis kedua

Pengujian hipotesis kedua adalah terdapat pengaruh yang signifikan Variabel kedisiplinan ( $X_2$ ) terhadap kepercayaan masyarakat ( $Y$ ). Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas ( $\text{sig } t$ ) terhadap taraf uji penelitian ( $\alpha = 0.05$ ). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $\text{Sig } t < \alpha$  , maka  $H_{10}$  ditolak dan  $H_{1a}$  diterima, artinya terdapat pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$ .
- b. Jika nilai  $\text{Sig } t > \alpha$  , maka  $H_{10}$  diterima dan  $H_{1a}$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh  $X_2$  terhadap  $Y$

Dalam bentuk kalimat kriteria hipotesis masing-masing variabel dinyatakan sebagai berikut :

### 1. Variabel Pelayanan terhadap Kepercayaan

- $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel pelayanan ( $X_1$ ) terhadap variabel kepercayaan masyarakat ( $Y$ ).
- $H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel pelayanan ( $X_1$ ) terhadap variabel kepercayaan masyarakat ( $Y$ ).

### 2. Kedisiplinan terhadap Kepercayaan

- $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kedisiplinan ( $X_2$ ) terhadap variabel kepercayaan masyarakat ( $Y$ ).
- $H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kedisiplinan ( $X_2$ ) terhadap variabel kepercayaan masyarakat ( $Y$ ).



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

### b. Uji F secara simultan

Uji F digunakan untuk menguji semua variabel independen (pelayanan dan kedisiplinan) secara bersama atau simultan, sehingga dapat diketahui apakah secara bersama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepercayaan masyarakat). Kriteria pengujian hipotesis yaitu :

- Jika probabilitas  $\text{sig. } F_{hit} > \alpha$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak
- Jika probabilitas  $\text{sig. } F_{hit} < \alpha$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Dalam bentuk kalimat kriteria hipotesis dinyatakan sebagai berikut :

- $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan dan kedisiplinan terhadap kepercayaan masyarakat.
- $H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan dan kedisiplinan terhadap kepercayaan masyarakat.





## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta dan Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta.: Liberty
- Djarwanto, (2000), *Statistik Induktif*. BPFE : Yogyakarta.
- Fandy.Tjiptono, (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta :Penerbit Andi Edisi Kedua.
- Fathoni, Abdurrahmat. (2006). *Manjemen Sumber Daya Manusa. Cetakan Pertama*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Flippo, Edwin B. (2008). *Manajemen Personalialia Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Freddy.Rangkuti, (2002), *Measuring Customer Satisfactio.Teknik Mengukur Kedisiplinan Strategi Meningkatkan Kedisiplinan Masyarakat dan Analisis PL-JP*. Jakarta :PT Gramedia Pustaka Tama
- Imam, Ghozali (2005), *Aplikasi Analisis Multivariate dalam Program SPSS* Semarang :Bagian Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro :
- Istijanto.(2010). *Riset Sumber Daya Manusia Cara Praktis Mengukur Stres Kerja, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja & Aspek Aspek Kerja Pegawai Lainnya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (2003), No.63/KEP/M.PAN/7/2003.
- Kotler, Philip, (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Jakarta : Prenhallindo,
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2005). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12*. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.(2009). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 13*. Jakarta : Erlangga
- Nitisemito, Alex S. (2002). *Manajemen Personalialia. Edisi Revisi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mulyanto, H dan Wulandari, A, (2010), *Penelitian : Metode dan Analisis*, Semarang: CV Agung

© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta



© Hak cipta milik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta  
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar STIE IPWI Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin STIE IPWI Jakarta

- Moenir, HAS. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jak Bumi Aksara.
- Palilati.Alida (2007).*Pengaruh Nilai masyarakat, Kedisiplinan terhadap Kepercayaan masyarakat Nasabah Tabungan*.Jurnal pemasaran.Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. VII tahun 2007
- Poerwadarminta, W.J.S. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi III. Cetakan Kedua*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rahmat Hidayat. (2009). *Pengaruh Pelayanan, Kualitas Jasa, dan Nilai masyarakat terhadap kedisiplinan dan Kepercayaan masyarakat Nasabah Bank mandiri*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. V tahun 2009
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta :Salemba Empat
- Ridwan, Juniarso dan Sodik Sudrajat, achmad.(2009). *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Pelayanan Masyarakat*. Bandung: Nuansa.
- Rusdarti.(2004) *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Volume III No. 3 Desember 2004 Halaman 289 –308 Studi Mengenai Kepercayaan masyarakat Pada Divisi Putera 1912
- Setiawan, E. (2005), *Metodologi Bisnis*, Semarang:Yayasan Widya Manggala Indonesia
- Teori pada buku yang di terbitkan oleh Kasmir pada tahun 2005
- Tries Edi Wahyono.(2006). *Pengaruh Pelayanan Dan Kedisiplinan Masyarakat Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Industri Ritel*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. II tahun 2006.
- Umar, Sekaran, (2006), *Metode Riset Bisnis*, Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-undang Remasyarakat Indonesia pasal 1 nomor 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Masyarakat.
- Usmara.(2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.Cetakan Ketiga*. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya.