

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1.1 Profil PT. Media Promosi Citratama

Awal mula berdirinya PT. Media Promosi Citratama adalah sebagai perusahaan yang bergerak di bidang MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*). Pada saat itu pemilik / project officer pernah bekerja di Jakarta di bidang yang sama. Dengan berbagai pertimbangan dan pengalaman, sejak tahun 2002 membuka usaha di Semarang Perkembangan PT. Media Promosi Citratama dibidang sangat cepat, meskipun banyak saingan utama.

PT. Media Promosi Citratama dalam pelaksanaan kegiatannya membantu perusahaan lain dalam konsentrasi promosi dan iklan. Membantu dalam menyusun dan melaksanakan event seperti:

1. Gathering
2. Program intensif perusahaan
3. Peluncuran produk
4. Soft Opening dan Grand Opening
5. Sport event
6. Outbond, fun games, team building

7. Roadshow
8. Kontraktor booth
9. Penerbitan tabloid.

Selain memeberikan jasa dalam pelaksanaa promosi. PT.

Media Promosi Citratama juga menembangkan portal jual

beli properti dengan website: www.rumahjateng.com

4.1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi perusahaan di bidang MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas berorientasi kepada hasil yang maksimal, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

b. Misi

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan yang berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
2. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku atau etika bisnis tertinggi.
3. Ikut berpartisipasi dalam membangun Negara dengan menumbuhkembangkan profesionalitas kerja, dan penyerapan tenaga kerja.

4. Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh serta bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

c. Budaya

Budaya (2 I & 3K)

1. Integritas yang tinggi.
2. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik.
3. Kualitas dan produktivitas yang tertinggi.
4. Kerjasama team.
5. Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik.

4.1.1.3 Pengalaman

Adapun pengalaman pelayanan yang pernah diselenggarakan oleh PT. Media Promosi Citratama adalah sebagai berikut:

1. Grand Property Expo I – VIII
2. Banyumas REI Expo 1 (Purwokerto)
3. REI EXPO 1 eks. Keresidenan Kedu 2010 (Kedu)
4. Home & Decoration Expo 2010 (Java Supermall)
5. Sauto Automotive Expo 2009 (Java Supermall)
6. Home Appliance Fair (DP Mall)
7. Automotive Vaganza (Sri Ratu Pemuda)

8. Multi Produk Expo (Central City Mall)
9. Parade Pendidikan Dan Penyuluhan Satwa (Dolphin Road Show)
10. Java Interior & Exterior (INTEX) Expo 2010 (Java Supermall)
11. Sunday Funday Family Gathering (Plamongan Indah)
12. Tamansari Health & Care (Tamansari Majapahit)
13. Modeling Competition ADA Banyumanik (ADA Swalayan Banyumanik)
14. Semarang Motor Show 2010 (Java Supermall)
15. Home & Furniture Expo 2011 (Java Supermall)
16. Pertamina Sauto Automotive Expo 2011 (Mal Ciputra)
17. Health & Beauty Expo 2011 (Mal Ciputra)
18. Pekan Raya Banyumas 2011 (Unsoed Convention Centre, Purwokerto)
19. Building & Material Expo 2011 (Java Supermall)
20. Semarang Motor Show 2011 (Java Supermall)
21. Education Expo 2012 (Java Supermall)
22. Pertamina SAOUTO EXPO 2012 (Java Supermall)
23. Grand Property Expo X 2012 (Java Supermall)

4.1.1.4 Pelanggan/ klien

Pengguna jasa PT. Media Promosi Citratama merupakan perusahaan berskala nasional. Dimana mereka mempercayakan promo perusahaan di berbagai pameran. Berikut adalah sebagian dari klien yang mempercayakan ke PT. Media Promosi Citratama:

1. PT. KINI Jaya Indah
2. PT. Prima Kususma
3. PT. Dasa Wilis Raya
4. PT. Putra Kinasih Prakarsa
5. PT. Ayodya Puri Nugraha
6. PT. Fasat Indonesia
7. PT. Graha Padma Internusa
8. PT. Hamparan Cipta Griya
9. Java Realty Group
10. PT. Lintas Sentosa Investama
11. CV. Jasmine Propertindo
12. CV. Global Persada
13. CV. Karya Sejahtera
14. PT. Bhakti agung Pratama
15. CV. Warna Alam
16. PT. Kreasi Bukitsari
17. CV. Sinat Timur Utama
18. PT. Jaya Indah Permata
19. PT. Graha Perdana Indah
20. PT. Properindo Griya Pelangi
21. PT. Wika Realty
22. PT. Waskita Cipta Sejahtera
23. PT. Putra Kinasih Perkasa

24. PT. Pesona Graha Hexa Mandiri
25. PT. Ayodya Puri Nugraha
26. CV. Jaya Utama Property
27. PT. Fatro Fara
28. PT. Ekagriya Lestari
29. PT. Solo Baru Griya Mandiri
30. CV. Sanjaya
31. PT. Anugerah Damailand Utama
32. PT. Bank Rakyat Indonesia
33. PT. Hero Inti Putra
34. PT. Cipta Mortar Utama
35. Bank Kesejahteraan
36. PT.Satria Putra Perkasa M
37. PT. Telkom .tbk
38. PT. Wings Surya
39. Nasmoco
40. CM Jaya Motor
41. PT. Karya Zirang Utama
42. PT. KIA Indonesia
43. PT. Ford Indonesia
44. PT. Sinar Gemala Sakti
45. PT. Indomobil Sumber Baru
46. PT. Bukit Jaya Metro

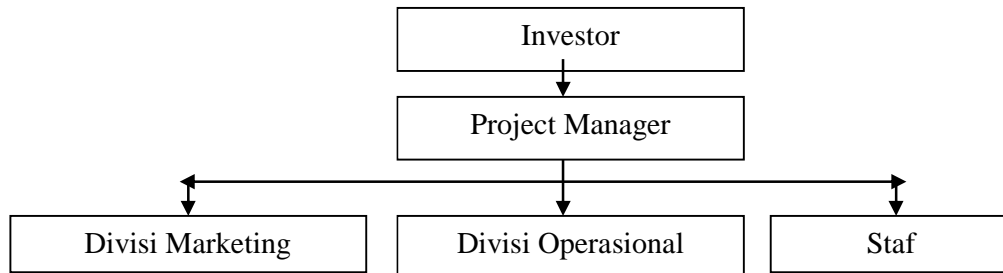
47. Charisma Motor
48. PT. Istana Variasi
49. PT. Dana prima
50. Honda Gajah Mada
51. Graha Candi Golf
52. Bajaj Sentosa Abadi
53. PT. Harpindo Jaya
54. Suzuki Majapahit
55. Sequis Life Insurance.

4.1.1.5 Struktur Organisasi

Dalam menjalankan kegiatan usahanya yaitu, perdagangan setiap perusahaan tidak dapat bekerja secara perorangan. Akan tetapi, diperlukan sebuah organisasi perusahaan agar semua pihak termasuk karyawan dapat bekerja sesuai dengan tugasnya tanpa kerancuan sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Untuk dapat mencapai tujuan yang diharapkan maka dalam suatu organisasi atau perusahaan perlu diadakan pembagian kerja yang tersusun dalam struktur organisasi.

Hal ini dimaksudkan agar masing-masing individu dapat lebih jelas dalam menjalankan tugasnya, sehingga tidak terjadi ketimpangan dalam menjalankan tugas. Adapun struktur organisasi PT. Media Promosi Citratama sebagai berikut:

Gambar 4.1

Struktur organisasi¹

4.1.2 Karakteristik Responden

4.1.2.1 Umur responden

Adapun data mengenai umur responden karyawan PT. Media

Promosi Citratama adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Umur Responden

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	dibawah 30th	32	80,0	80,0	80,0
	30-39 th	8	20,0	20,0	100,0
Total		40	100,0	100,0	

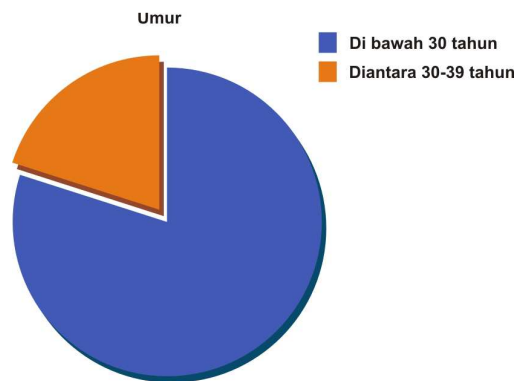
Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan keterangan pada table 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berumur di bawah umur 30 tahun sebanyak 32 orang, sedangkan yang berusia antara 30-39 tahun sebanyak 8 orang.

¹ Arsip PT. Media Promosi Citratama

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar umur responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.2



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.1.2.2 Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden konsumen Alfamart Ngaliyan Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

		Kelamin			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	pria	26	65,0	65,0	65,0
	wanita	14	35,0	35,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

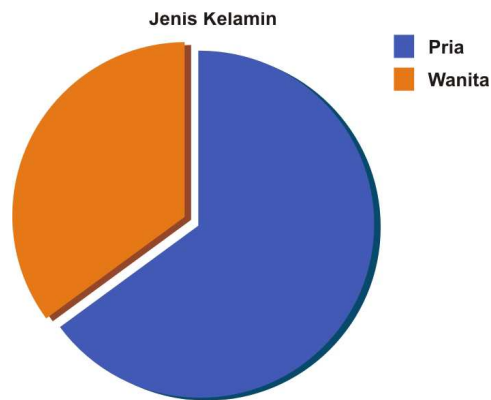
Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, dapat diketahui tentang jenis kelamin karyawan PT. Media Promosi Citratama yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan

bahwa mayoritas responden adalah pria, yaitu sebanyak 26 orang, sedangkan sisanya adalah responden wanita sebanyak 14 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari karyawan PT. Media Promosi Citratama yang diambil sebagai responden adalah pria.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

4.1.2.3 Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden karyawan PT. Media Promosi Citratama yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan SMA. Berdasarkan tabel di bawah, memberikan informasi bahwa mayoritas responden berpendidikan SMA sebanyak 24 orang, yang berpendidikan sarjana sebanyak 15 orang, yang berpendidikan SMP sebanyak 1 orang.

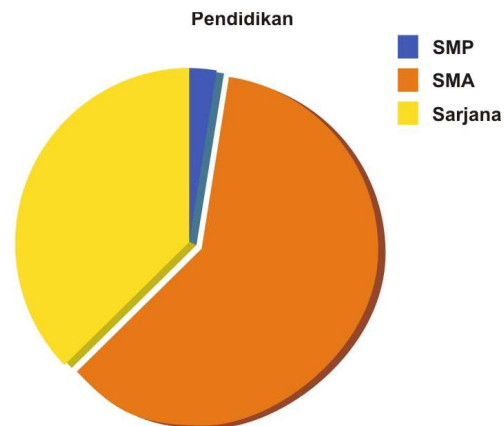
Tabel 4.3
Pendidikan Responden

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	1	2,5	2,5	2,5
	SMA	24	60,0	60,0	62,5
	Sarjana	15	37,5	37,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pendidikan terakhir responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.4



Sumber: Data Primer yang diolah 2012

4.1.2.4 Jabatan Responden

Adapun data mengenai jabatan responden karyawan PT.

Media Promosi Citratama adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Jabatan Responden

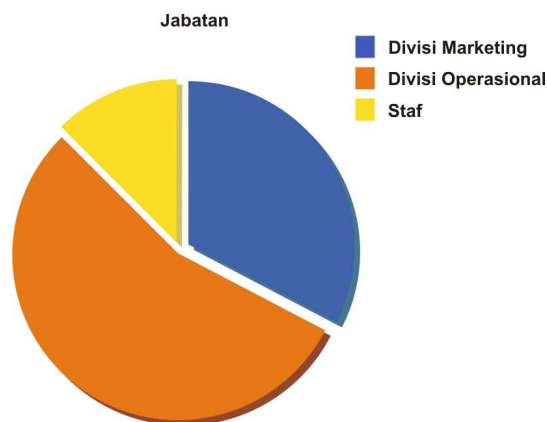
		Jabatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Divisi Marketing	13	32,5	32,5	32,5
	Divisi Operasional	22	55,0	55,0	87,5
	Staf	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.4 di atas dapat dijelaskan bahwa sebagian besar dari jabatan karyawan PT. Media Promosi Citratama yang diambil sebagai responden adalah Divisi Operasional yaitu sebanyak 22 orang, Divisi Marketing sebanyak 13 orang, dan staf sebanyak 5 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar pekerjaan yang sekarang ditekuni responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.5



Sumber: Data Primer yang diolah 2012

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari spiritual Quotient (SQ) sebagai variabel bebas (Independen) dan produktifitas kerja karyawan sebagai variabel terikat (Dependen). Data variabel-variabel tersebut di peroleh dari hasil angket yang telah di sebar, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5

Hasil Skor Kuesioner Regresi

Variabel	Item pertanyaan	Total SS	%	Total S	%	Total RG	%	Total TS	%	Total STS	%
Spiritual Quotient (X)	Pertanyaan 1	20	50,0	20	50,0	0	0	0	0	0	0
	Pertanyaan 2	10	25,0	25	60,5	5	12,5	0	0	0	0
	Pertanyaan 3	6	15,0	28	70,0	5	12,5	1	2,5	0	0
	Pertanyaan 4	14	35,0	22	55,0	4	10,0	0	0	0	0
	Pertanyaan 5	10	25,0	25	62,5	5	12,5	0	0	0	0
	Pertanyaan 6	12	30,0	21	52,5	6	15,0	1	2,5	0	0
	Pertanyaan 7	14	35,0	20	50,0	5	12,5	1	2,5	0	0
	Pertanyaan8	11	27,5	17	42,5	12	30,0	0	0	0	0
	Pertanyaan 9	11	27,5	21	52,5	8	20,0	0	0	0	0
	Pertanyaan 10	17	42,5	16	40,0	6	15,0	1	2,5	0	0
	Pertanyaan 11	6	15,0	24	60,0	10	25,0	0	0	0	0
Produktifitas Kerja (Y)	Pertanyaan 12	10	25,0	25	62,5	5	12,5	0	0	0	0
	Pertanyaan 13	15	37,5	17	42,5	8	20,0	0	0	0	0
	Pertanyaan 14	12	30,0	25	62,5	3	7,5	0	0	0	0
	Pertanyaan 15	7	17,5	29	72,5	3	7,5	1	2,5	0	0
	Pertanyaan 16	11	27,5	25	62,5	4	10,0	0	0	0	0
	Pertanyaan 17	9	22,5	27	67,5	4	10,0	0	0	0	0
	Pertanyaan 18	16	40,0	20	50,0	4	10,0	0	0	0	0
	Pertanyaan 19	15	37,5	20	50,0	3	7,5	2	5,0	0	0
	Pertanyaan 20	21	52,5	16	40,0	2	5,0	1	2,5	0	0

Sumber: Data Primer yang diolah 2012

4.2.1 Spiritual Quotient

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel Spiritual Quotient, item pertanyaan 1, sebanyak 50% responden menyatakan

setuju dengan niat ikhlas dalam melayani klien yang complain disikapi dengan ramah sedangkan sisanya sebanyak 50% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 2, sebanyak 60,5% responden menyatakan setuju untuk memberikan penjelasan kepada klien tentang produk jasa perusahaan, sedangkan sisanya sebanyak 25% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 3, sebanyak 70% responden menyatakan setuju untuk mengarahkan atau mengusulkan mengikuti produk perusahaan sesuai kemampuan klien sedangkan sisanya sebanyak 15% menyatakan sangat setuju, serta 2,5% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan 4, sebanyak 55% responden menyatakan setuju berprasangka baik atas pendapatan yang diperoleh sesuai pekerjaan, sedangkan sisanya sebanyak 35% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 5, sebanyak 62,5% responden menyatakan setuju dalam meningkatkan prestasi kerja berkompetisi dengan rekan kerja sesuai dengan norma yang berlaku, sedangkan sisanya sebanyak 25% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 6, sebanyak 52,5% responden menyatakan setuju tolong menolong sesama rekan kerja, sedangkan sisanya sebanyak 30% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 7, sebanyak 50% setuju melaksanakan pekerjaan dilakukan secara optimal, sedangkan sisanya sebanyak 35% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 8, sebanyak 42,5 % menyatakan setuju mengerjakan pekerjaan dengan hati-hati dan teliti, sedangkan sisanya sebanyak 27,5% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 9, sebanyak 52,5% menyatakan

setuju memanfaatkan waktu dengan baik, sedangkan sisanya 27,5% menyatakan sangat setuju. Pada item 10, sebanyak 40% responden menyatakan setuju tidak keberatan meluangkan waktu untuk lembur, sedangkan sisanya 42,5% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 11, sebesar 60% menyatakan setuju tidak pernah mengeluh atas semua pekerjaan yang harus segera diselesaikan, sedangkan sisanya 15% menyatakan sangat setuju.

4.2.2 Produktifitas Kerja Karyawan

Untuk variabel produktifitas kerja karyawan, item pertanyaan 12, menyatakan sebanyak 62,5% responden setuju tidak pernah melakukan kesalahan dalam bekerja, sedangkan sisanya 25% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 13, sebanyak 42,5% menyatakan setuju target perusahaan tidak memberatkan, sedangkan sisanya 37,5% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 14, sebanyak 62,5% menyatakan setuju pekerjaan dapat diselesaikan dengan mudah dan benar, sedangkan sisanya 30,5% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 15, sebanyak 72,5% menyatakan setuju mempunyai gagasan baru dalam menyelesaikan masalah dalam pekerjaan, sedangkan sisanya 17,5% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 16, sebanyak 62,5% setuju bekerjasama dalam kelompok tanpa ada perselesihan dalam melaksanakannya, sedangkan sisanya 27,5% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 17, sebanyak 65,5% setuju mendapatkan

kepercayaan dari perusahaan dalam hal kehadiran, sedangkan sisanya 22,5% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 18, sebanyak 50% setuju mendapatkan penjelasan kerja dari atasan, sedangkan sisanya 40% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 19, sebanyak 50% setuju melakukan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab, tanpa menunggu perintah atasan, sedangkan sisanya 37,5% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan 20, sebanyak 40,5% setuju mempunyai personal, dan integritas yang tinggi dalam bekerja, sedangkan sisanya 52,5% menyatakan sangat setuju.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujian validitas. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $90-2$ atau $df = 88$ dengan $\alpha 0,05$ didapat r tabel 0,2072; jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom corrected item pertanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item pertanyaan Total Correlation	r table	Ket.
Spiritual Quotient (X)	Pertanyaan 1	0,389	0,3044	Valid
	Pertanyaan 2	0,628	0,3044	Valid
	Pertanyaan 3	0,722	0,3044	Valid
	Pertanyaan 4	0,514	0,3044	Valid
	Pertanyaan 5	0,478	0,3044	Valid
	Pertanyaan 6	0,613	0,3044	Valid
	Pertanyaan 7	0,710	0,3044	Valid
	Pertanyaan 8	0,620	0,3044	Valid
	Pertanyaan 9	0,795	0,3044	Valid
	Pertanyaan 10	0,664	0,3044	Valid
	Pertanyaan 11	0,466	0,3044	Valid
Produktifitas Kerja (Y)	Pertanyaan 12	0,742	0,3044	Valid
	Pertanyaan 13	0,670	0,3044	Valid
	Pertanyaan 14	0,457	0,3044	Valid
	Pertanyaan 15	0,538	0,3044	Valid
	Pertanyaan 16	0,451	0,3044	Valid
	Pertanyaan 17	0,511	0,3044	Valid
	Pertanyaan 18	0,498	0,3044	Valid
	Pertanyaan 19	0,517	0,3044	Valid
	Pertanyaan 20	0,599	0,3044	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari tabel-tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0,2072) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
X	11 Item pertanyaan	0,828	Reliabel
Y	9 Item pertanyaan	0,715	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$. dengan demikian variabel Spiritual Quotient dapat dikatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

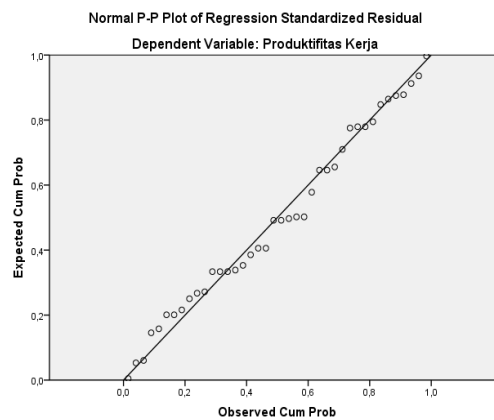
Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal.

Gambar 4.6

Uji Normalitas

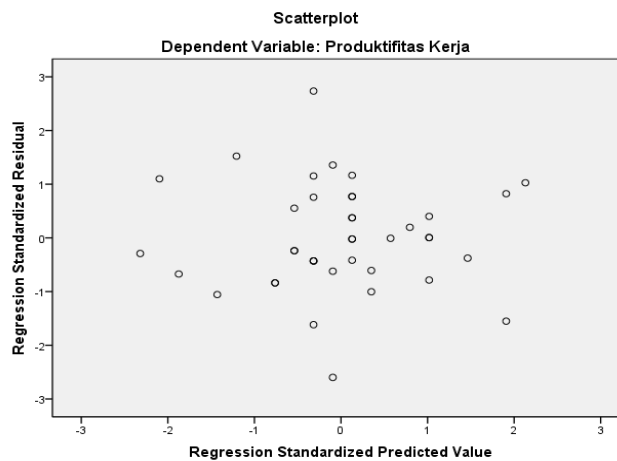


Sumber: Data Primer yang diolah, 2011

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistik heterokedasitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.7
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2012

Berdasarkan grafik scatterplot menunjukkan bahwa terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.5 Regresi Linear Sederhana

Suatu model persamaan regresi linier sederhana digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini model persamaan regresi linier sederhana yang disusun

untuk mengetahui pengaruh antara Spiritual Quotient (sebagai variabel independen) terhadap Produktifitas Kerja (sebagai variabel dependen) secara bersama-sama adalah $Y = a + bX$. Dalam melakukan analisis Spiritual Quotient (X) terhadap Produktifitas Kerja (Y) digunakan analisis regresi sederhana. Dengan menggunakan komputer program SPSS diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut :

Tabel 4.8

Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,816	4,111		3,847	,000
	Spiritual Quotient	,483	,090	,657	5,367	,000

a. Dependent Variable: Produktifitas Kerja

$$Y = 15,816 + 0,483X$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Spiritual Quotient)

X = Variabel bebas (Produktifitas Kerja)

- a. Nilai konstan (Y) sebesar 15,816; artinya apabila rasio likuiditas (X) nilainya adalah 0, maka nilai dari rasio profitabilitas (Y) adalah 15,816.
- b. Koefisien regresi X (Spiritual Quotient) dari perhitungan linier sederhana didapat nilai 0,483; artinya apabila adanya peningkatan X (Spiritual Quotient) maka Y (Produktifitas Kerja) akan meningkat sebesar 0,483.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji Hipotesis Uji T

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Variabel spiritual quotient secara parsial tidak berpengaruh terhadap produktifitas kerja.

H_1 : Variabel spiritual quotient secara parsial berpengaruh terhadap produktifitas kerja.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil analisis uji hipotesis antara variabel bebas X terhadap Y diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9

Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,816	4,111		3,847	,000
	Spiritual Quotient	,483	,090	,657	5,367	,000

a. Dependent Variable: Produktifitas Kerja

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel X (Spiritual Quotient) diperoleh

hasil t_{hitung} sebesar 5,367 dengan probabilitas sebesar 0,000. Nilai Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan demikian H_0 ditolak dan menerima H_1 . Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara spiritual quotient terhadap produktifitas kerja.

4.7 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai prosentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.10

Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,657 ^a	,431	,416	2,528	2,172

a. Predictors: (Constant), Spritual Quotient

b. Dependent Variable: Produktifitas Kerja

Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,431. Hal itu berarti bahwa variasi perubahan Y dipengaruhi oleh perubahan X sebesar 43,1 %. Jadi besarnya pengaruh spiritual quotient terhadap produktifitas kerja 43,1 %

sedangkan sisanya 56,9 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

4.8 Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (Spritual Quotient) dan variabel dependen (kinerja karyawan) dapat dijelaskan sebagai berikut:

Dari hasil pengujian yang dilakukan terbukti bahwa Spritual Quotient memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan (nilai alpha pada uji T dan uji $F \leq$ nilai alpha (0,05) yaitu 0,013).

Spiritual Quotient perlu diperhatikan dalam meningkatkan kinerja karyawan karena Spiritual Quotient mempengaruhi kinerja karyawan yang terlihat pada persamaan regresi yang terbentuk yaitu $\hat{Y} = 15,816 + 483 X$, arti dari persamaan ini ialah pertama apabila X (Spiritual Quotient) bernilai 0 maka Y (kinerja karyawan) mempunyai nilai sebesar 24,333. Dalam hal ini meskipun seseorang tidak memiliki Spiritual Quotient tetapi tetap memiliki kinerja dikarenakan faktor lain yang tidak teridentifikasi dalam penelitian. Yang ke dua, apabila X (Spiritual Quotient) naik 1 satuan maka Y (kinerja karyawan) akan naik sebesar 0,437 satuan. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Spiritual Quotient maka kinerja seseorang juga akan semakin tinggi. Hal ini dapat dilihat dari hasil jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan pada variable Spiritual Quotient, pertanyaan dan jawaban responden tersebut sebagai berikut:

1. Dalam melayani nasabah yang komplain dan menyebalkan disikapi dengan ramah, hasil jawaban responden menunjukkan 50%

menyatakan sangat setuju dan 50% responden menyatakan setuju. Hal ini menggambarkan bahwa karyawan dalam bekerja mempunyai niat yang tulus dalam menghadapi nasabah.

2. Memberikan penjelasan kepada klien tentang produk-produk perusahaan. Dari hasil jawaban responden menunjukkan 60,5% menyatakan setuju, sedangkan sisanya 25% menyatakan sangat setuju. Hal ini menggambarkan karyawan mempunyai nilai kenaikan dalam menjalankan tugasnya.
3. Mengarahkan atau mengusulkan kepada klien untuk mengikuti produk jasa perusahaan yang sesuai kemampuan klien. Hasil jawaban responden menunjukkan 15% menyatakan sangat setuju, 70% menyatakan setuju dan 12,5% menyatakan ragu-ragu. Jawaban ini menggambarkan bahwa karyawan sebagian besar telah memberikan penjelasan produk kepada klien dan sebagian kecil menyatakan ragu-ragu untuk memberikan penjelasan produk kepada nasabah, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan berusaha memberikan kemanfaatan kepada klien supaya nantinya nasabah tidak merasa keberatan dalam mengambil keputusan pengambilan produk yang ditawarkan PT. Media Promosi Citratama.
4. Karyawan menerima dengan baik atas pendapatan yang diperoleh. Hasil jawaban responden menunjukkan 55% menjawab setuju, 35% menjawab sangat setuju dan 10% menjawab ragu-ragu. Hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan memperoleh pendapatan sesuai standar ideal yang ditetapkan oleh perusahaan.

5. Dalam meningkatkan prestasi kerja berkompetisi dengan rekan kerja sesuai dengan norma yang berlaku. Hasil jawaban menunjukkan 62,5% karyawan menjawab sangat setuju, 25% menyatakan setuju dan 12,5% karyawan menyatakan ragu-ragu. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan dalam bersaing dengan karyawan lain sesuai dengan norma yang berlaku termasuk di dalamnya norma agama dan sebagian kecil menyatakan ragu-ragu dalam berkompetisi sesuai dengan norma yang berlaku.
6. Tidak keberatan menolong rekan kerja saudara, saat dia mengalami masalah atau kesulitan dalam bekerja. Hasil jawaban responden menunjukkan 52,5% menyatakan sangat setuju, 30% menyatakan setuju dan 15% menyatakan ragu-ragu. Hal ini menggambarkan bahwa karyawan sebagian besar dalam bekerja melakukan tolong menolong dengan rekan kerja lainnya dan sebagian kecil menyatakan ragu-ragu untuk melakukan tolong menolong dengan rekan kerja saat bekerja.
7. Tidak menunda-nunda pekerjaan yang harus diselesaikan. Hasil jawaban responden menunjukkan 50% menjawab sangat setuju dan 35% menyatakan setuju. Hal ini menggambarkan bahwa seluruh karyawan dalam bekerja memanfaatkan waktu dengan baik dalam bekerja.

8. Pada item mengerjakan pekerjaan dengan hati-hati dan teliti. Hasil jawaban responden menunjukkan 42,5% menjawab setuju, 25% menjawab sangat setuju dan 30% menjawab ragu-ragu. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar karyawan bekerja keras untuk menyelesaikan tugas yang menjadi tanggung-jawabnya sesuai dengan waktu yang ditentukan oleh perusahaan dan sebagian kecil menyatakan ragu-ragu untuk melakukan kerja keras tersebut.
9. Memanfaatkan waktu dengan baik dengan tidak menunda pekerjaan yang harus diselesaikan. Hasil jawaban responden 52,5% menyatakan setuju memanfaatkan waktu dengan baik, sedangkan sisanya 27,5% menyatakan sangat setuju.
10. Kerja keras dengan tidak keberatan meluangkan waktu untuk lembur sebanyak 40% responden menyatakan setuju sedangkan sisanya 42,5% menyatakan sangat setuju.
11. Tidak pernah mengeluh atas semua pekerjaan yang harus segera diselesaikan. Hasil jawaban responden menunjukkan 60% menjawab setuju, 15% menjawab sangat setuju, 25% menyatakan ragu-ragu. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian karyawan mempunyai semangat kerja untuk menyelesaikan pekerjaan dan sebagian menyatakan mengeluh untuk segera menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel spiritual Quotient masing-masing item pertanyaan sebagian besar dijawab sangat

setuju dan setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa yang menyatakan bahwa Spiritual Quotient mempunyai pengaruh besar terhadap kinerja karyawan PT. Media Promosi Citratama. Dimana pengaruh tersebut didapat sebesar 43,1% variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, sedangkan 56,9% variabel Y dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa hasil uji t untuk variabel X (Spiritual Quotient) diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 5,367 dengan probabilitas sebesar 0,000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan demikian H_0 ditolak dan menerima H_1 . Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh antara spiritual quotient terhadap produktifitas kerja.

