

**PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI DAN
MOTIVASI KERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PERCETAKAN AMY KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo
Untuk Melakukan Penelitian Skripsi Dalam Rangka Penyelesaian
Studi Jenjang Sarjana Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



IAIN PALOPO

Diajukan Oleh :

Misdawati

19 0403 0094

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

2023

**PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI DAN
MOTIVASI KERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PERCETAKAN AMY KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo
Untuk Melakukan Penelitian Skripsi Dalam Rangka Penyelesaian
Studi Jenjang Sarjana Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



IAIN PALOPO

Diajukan Oleh :

Misdawati

19 0403 0094

Pembimbing

Dr. H. Muh. Rasbi, S.E.,M.M.

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Misdawati
Nim : 19 0403 0094
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini di buat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palopo, Juli 2023

Yang membuat pernyataan,




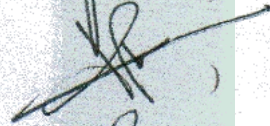
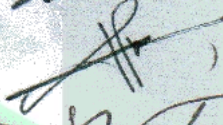
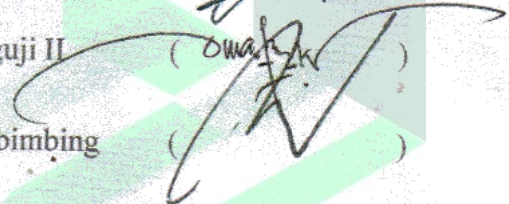
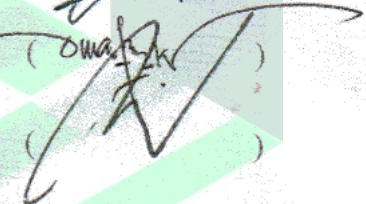
Misdawati
NIM.19 0403 0094

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi dan Motivasi Kerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan AMY Kota Palopo yang ditulis oleh Misdawati Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0094 Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Jumat, tanggal 18 Agustus 2023 Miladiyah bertepatan dengan 01 Safar 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 26 September 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Penguji I | () |
| 4. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Akbar Sabani, S.E.I., M.E.I.
NIDN 2005048501

PRAKATA

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِیْنَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلٰی اَشْرَفِ الْاَنْبِیَاءِ وَالْمُرْسَلِیْنَ سَيِّدِنَا
مُحَمَّدٍ وَعَلٰی اٰلِهِ وَاَصْحَابِهِ اَجْمَعِیْنَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang manajemen bisnis syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus kepada kedua orang tua saya tercinta Ayah Abu Bakar dan Ibunda Harnawati, yang sangat luar biasa dalam mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang yang tak terhingga, yang selalu mendukung penulis dalam setiap situasi dan keadaan apapun sejak kecil hingga sekarang, sungguh penulis sadari tidak mampu membalas semua itu, hanya do'a yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa berada

dalam limpah kasih sayang Allah swt., serta selalu mendoakan penulis setiap saat memberikan banyak dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak di sampaikan dengan hormat kepada:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M. Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha, S.E.I.,M.E.I selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammd Ilyas. S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Akbar Sabani, S.El., M.El selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy.,M.A.Ek. selaku Penasihat Akademik.
5. Kepada Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M.. selaku pembimbing yang mana telah bersedia telaten dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan saya selama menyusun penelitian ini.

6. Kepada Ibu Dr. Fasiha, S.E.I.,M.E.I. selaku Penguji 1 dan Kepada Ibu Jibria Ratna Yasir, SE., M.Si. selaku Penguji 2 yang telah banyak memberi arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Abu Bakar, S.Pd., M.Pd beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
8. Kepada Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi saya.
9. Kepada saudara-saudara sesusuan saya, kakak Surahman S.Pd dan Adik saya Jusnidar. Saya ucapkan terima kasih banyak karna telah memberikan dukungan dalam segala bentuk dan kondisinya.
10. Kepada Percetakan Amy saya ucapkan banyak terima kasih karna telah memberikan kesempatan kepada saya untuk meneliti dalam rangka penyelesaian studi sarjana saya.
11. Kepada teman-teman Keilmuan Abdul Munir, Annisa Masruroh, Arfani Rasyid, Windi Wandini, Asrina, Mutiara Karina Dll. Saya ucapkan banyak terima kasih yang telah membantu saya dan sabar dalam mengajari penyelesaian pelitian saya yang tidak tahu sama sekali sampai jadi bisa dan selesai.
12. Kepada teman-teman yang telah membantu mengisi kuesioner saya, terima kasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian.

13. Kepada teman-teman saya AyuAfira, Muhlisa, AtikaTahir, Sri Lestari dan semua teman seperjuangan Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah angkatan 2019 (terkhusus MBS C) yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Serta teman-teman yang telah menemani masa-masa kuliah saya dan memberi warna dalam perjalanan kuliah yang selama ini membantu serta memberi dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. Aamin Allahumma Aamiin. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan ketegagan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang membaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh darikata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas.

Palopo, Juli 2023

Misdawati

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	s\a	s\	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	z\al	z\	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

terasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>Fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>Fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hau-la*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ...ى	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya'</i>	ā	a dan garis di atas
ى	<i>Kasrah</i> dan <i>ya'</i>	ī	I dangaris di atas
و	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	U dan garis di atas

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

D. *Ta' marbutah*

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudhah al-athfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadhilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

E. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana* -

نَجَّيْنَا : *najjaina* -

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِمُّ : *nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf

kasrah (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah*(*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

G. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

وَمِرْتٌ : *umirtu*

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau

kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering

ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an
Al-Sunnah qabl al-tadwin

I. *Lafz al-Jatalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ *billah* دِينُ اللَّهِ *dinullah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

J. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang,

tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa maa Muhammadun illaa rasuul

Inna awwala baitin wudi'a linnaasi lallazii bi Bakkata mubaarakan

Syahrul Ramadhaan al-lazii unzila fiih al-Qur'aan

Nashiir al-Diin al-Thuusii

Abuuu Nashr al-Faraabii

Al-Gazaali

Al-Munqiz min al-Dhalaal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulismenjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Wali d Muhammad Ibnu)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulismenjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

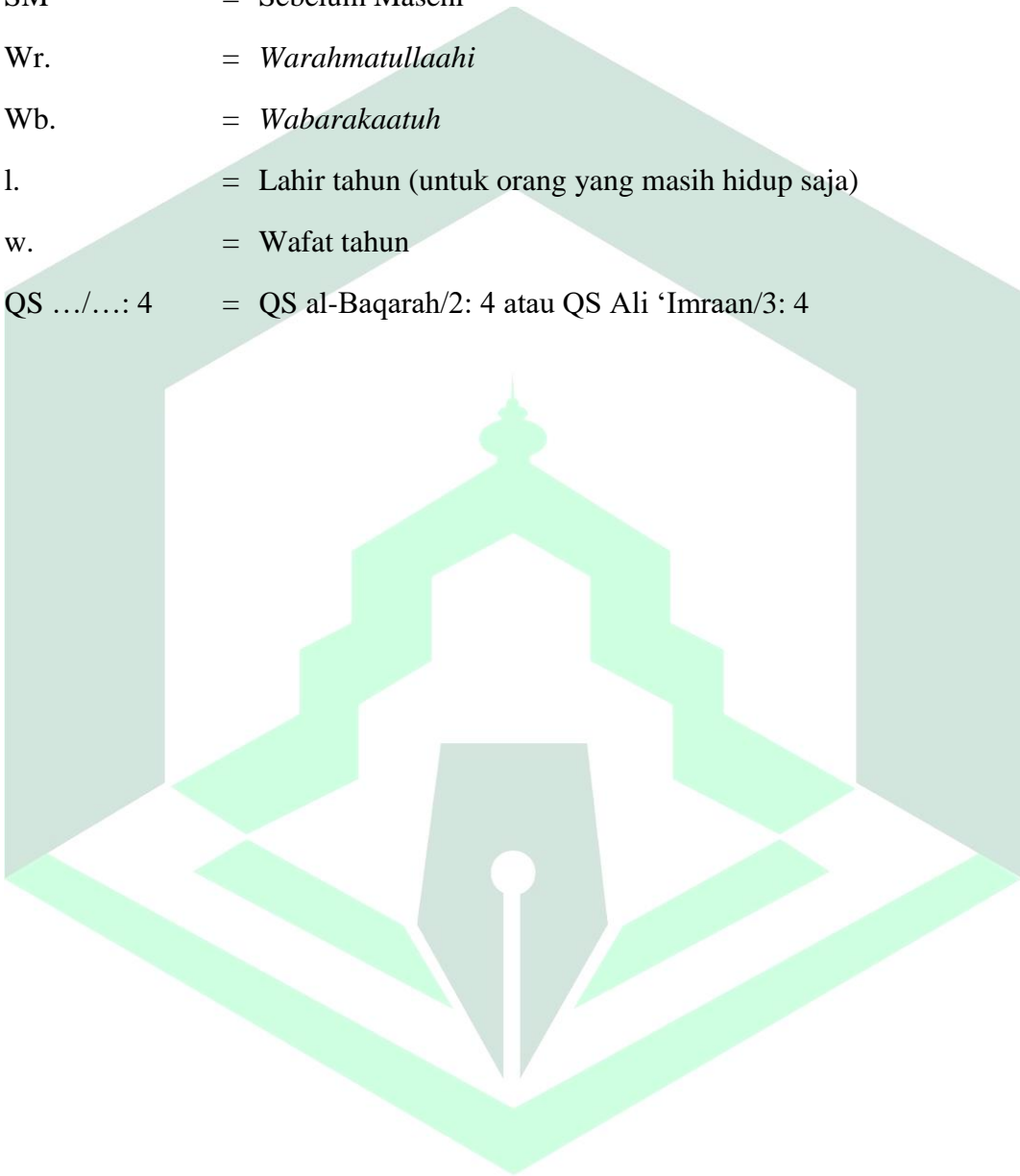
B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *shubhanahu wa ta'ala*

saw. = *shallallahu 'alaihi wa sallam*

a.s.	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
Wr.	= <i>Warahmatullaahi</i>
Wb.	= <i>Wabarakaatuh</i>
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imraan/3: 4



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR AYAT.....	xviii
DAFTAR HADIS	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTARK	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	28
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III JENIS PENELITIAN.....	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Populasi dan Sampel	33
C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian	34
D. Defenisi Operasional Variabel	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	36
F. Instrumen Penelitian.....	38
G. Metode dan Analisis Data	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan.....	65
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN-LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kerangka Pikir	31
Tabel. 3.1 Lokasi Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.2 Usia Responden.....	46
Tabel 4.3 Hasil Gaya Kepemimpinan	47
Tabel 4.4 Hasil Komunikasi.....	49
Tabel 4.5 Hasil Motivasi Kerja Karyawan.....	51
Tabel 4.6 Hasil Gaya Kepemimpinan	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji determinasi	65

DAFTAR AYAT

Kutipan ayat 1 QS. As-Sad Ayat 26)	4
Kutipan ayat 2 Q.S At-Taubah Ayat 105	27



DAFTAR HADIST

Hadist 1 HR. Muslim dan Nasai	14
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	77
Lampiran 3 Hasil Uji Realibilitas	83
Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas	84
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinearitas	85
Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	86
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
Lampiran 8 Hasil Uji T	87
Lampiran 9 Hasil Uji F	88
Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88
Lampiran 11 Izin Penelitian.....	89
Lampiran 12 Kartu Kontrol.....	90
Lampiran 13 Keterangan MBTA.....	91
Lampiran 14 Keterangan Lunas UKT.....	92
Lampiran 15 Persetujuan Pembimbing.....	93
Lampiran 16 Nota Dinas Pembimbing.....	94
Lampiran 17 Persetujuan Penguji.....	95
Lampiran 18 Nota Dinas Penguji.....	96
Lampiran 19 Buku Kontrol.....	97
Lampiran 20 Sertifikat PBAK.....	100
Lampiran 21 Sertifikat Mahad Al – Jamiah.....	101
Lampiran 22 Nota Dinas Verifikasi.....	102
Lampiran 23 Hasil Turnitin.....	103
Lampiran 24 Riwayat Hidup.....	104

ABSTRAK

Misdawati, 2023. *“Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi, Dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan AMY Kota Palopo”* Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo Dibimbing Oleh Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy kota palopo. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy kota palopo secara simultan.

Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif untuk mengkaji pengaruh gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy kota palopo. Populasinya karyawan percetakan amy dengan jumlah 18 karyawan, sampel yang digunakan sebanyak 18 orang karyawan. Data yang diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan, data penelitian ini diolah dengan analisis regresi linear berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy (Y), komunikasi (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy (Y), dan motivasi kerja karyawan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy (Y). Adapun Pengaruh secara bersama gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy sebesar 58,8% dan sisanya 41,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Gaya Kepemimpinan, Komunikasi, Motivasi Kerja, Kepuasan Pelanggan

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang

Percetakan adalah industri yang memproduksi massal tulisan atau gambar pada media cetak seperti kertas dengan menggunakan media cetak. Dalam proses pembuatannya akan menggunakan tinta diatas media tertentu serta dikerjakan menggunakan mesin cetak khusus. Percetakan menjadi media penting yang tidak bisa ditinggalkan seperti dalam penerbitan buku-buku, majalah serta percetakan koran ataupun pencetakan transaksi. Tingkat kebutuhan cetak yang terus meningkat membuat banyak bisnis percetakan yang bermunculan. Dimana sekarang juga terdapat percetakan *online* yang memberikan pelayanan serba online dan siap antar. Dipercetakan ada banyak produk dapat dicetak seperti banner, kartu nama, *brosur*, *wobbler*, *booklet*, *manual book* dan lainnya.

Percetakan merupakan sebuah usaha untuk mencetak segala hal yang didesain untuk memudahkan manusia mengenalkan barang atau informasi yang dimilikinya. Saat ini orang akan habis-habisan untuk memperkenalkan barang atau informasinya agar mudah diterima dan dikenal oleh masyarakat. Jadi sudah berapa banyak papan informasi yang bisa dilihat dari sisi jalan. Mulai dari cetak agenda, brosur, cetak kop surat, dan juga cetak paperbag. Semua dibutuhkan oleh masyarakat yang membutuhkannya, bahkan seorang pengusaha rela menggelontorkan uang dalam jumlah besar agar produknya cepat dikenal dan menjadi salah satu komoditi laju ekonomi tertinggi dipasaran selain kebutuhan pokok dan lainnya.

Seperti halnya pada percetakan amy banyaknya pelanggan yang memilih untuk menetap secara terus menerus mencetak ditempat tersebut. Selain dengan harga produk yang ditawarkan tergolong murah, proses pemesanannya pun cepat terselesaikan. Adapun cara pemesanannya ditawarkan dalam 2 macam yaitu bisa melalui via *online* atau datang langsung ke lokasi Percetakan Amy Jl. Manennungeng, Kecamatan Wara, Kota Palopo. dengan sistem pemesanan yaitu dipesan, didesain, dan cetak.

Pemesanan dalam bentuk spanduk dapat diproses cukup sehari saja, sedangkan untuk pemesanan sablon baju, kalender, *brosu*, stiker, *DTF (Direct Transfer Film)*, undangan, sampul buku, dan lain-lain. Pemesanan dapat dilakukan maksimal 2 minggu tergantung jenis pesanan dan jumlah banyaknya pesanan pelanggan. Untuk pengambilan pesanannya pun juga dapat ditentukan oleh pelanggan itu sendiri.

Desain sesuai dengan keinginan ini akan berkaitan erat dengan hasil maksimal dimana desain yang mampu mencetak sesuai dengan keinginan yang mampu mencetak sesuai dengan keinginan merupakan indikator hasil yang maksimal. Desain ini nantinya akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sehingga tak salah jika percetakan selalu menjadi tujuan utama masyarakat ketika ingin mencetak hasil desainya. Dengan menggunakan percetakan hasil yang akan dicapai adalah hasil yang sama persis dengan desain yang telah dibuat. Selain itu hasil yang maksimal akan memberikan rasa puas pada pelanggan dan menjadikan apa yang dipromosikan dandikenalkan dapat disambut baik oleh masyarakat. Hal inilah yang menyebabkan percetakan amy

tak pernah sepi dari pesanan baik dalam ukuran kecil maupun ukuran besar dalam kualitas sedikit maupun banyak.

Alasan percetakan menjadi salah satu komoditi tertinggi dipasaran tentu saja adalah harga yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan. Contohnya percetakan amy ini memberikan promo harga murah untuk membantu masyarakat yang ingin mencetak desain yang di inginkannya (spanduk bencana alam). Harga-harga cetaknya pun tentunya semakin bagus bahan yang digunakan semakin mahal pula harganya, begitu pun dengan ukuran cetakan.

Gaya kepemimpinan adalah perilaku karakteristik seorang pemimpin untuk mengarahkan, memotivasi, membimbing dan mengelola anggota kelompok di suatu organisasi atau perusahaan, dikenal dengan *leadership* bagaimapun pimpinan mampu memberikan arahan dan mengajak anggotanya untuk terus berfikir kreatif. Gaya kepemimpinan merupakan suatu pola yang secara konsisten mampu membuat seorang pimpinan mampu mempengaruhi para pengikutnya.

Gaya kepemimpinan pada percetakan amy kurang efektif karena kurangnya komunikasi yang dilakukan pimpinan kepada bawahannya, sehingga bawahannya sedikit mal as dalam bekerja karena jarang terpantau oleh pimpinan. Namun, jika pimpinan mengawasi bawahannya maka bawahan akan rajin dalam bekerja, akan tetapi bawahan juga merasa tidak enak apabila secara terus-menerus diawasi oleh pimpinan, begitu pun pimpinannya hanya saja kadang-kadang dalam megawasi bawahannya bekerja, sehingga pimpinan perusahaan ini tidak terlalu tahu mengenai pesanan apa saja yang masuk.

Kepemimpinan merupakan suatu hal yang harus ada dalam aktivitas kehidupan umat manusia. Tanpa adanya kepemimpinan, maka tatanan dunia akan kacau dan penuh dengan masalah. Oleh itu sejak islam diturunkan untuk manusia, selalu mementingkan urusan kepemimpinan. Nabi Muhammad, para sahabatnya, hingga kepemimpinan setelahnya, terus berusaha memberi kepemimpinan yang terbaik. Karena pentingnya kepemimpinan ini, Allah SWT banyak menyebut secara khusus ayat-ayat terkait kepemimpinan. Adapun ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan kepemimpinan yaitu (QS. As-Sad Ayat 26) :

يَا دَاوُدُ إِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ فَاحْكُم بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعِ الْهَوَىٰ
فَيُضِلَّكَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّ الَّذِينَ يَضِلُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ لَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ بِمَا نَسُوا
يَوْمَ الْحِسَابِ

Terjemahnya:

“(Allah berfirman,) “Wahai Daud, sesungguhnya Kami menjadikanmu khalifah (penguasa) di bumi. Maka, berilah keputusan (perkara) di antara manusia dengan hak dan janganlah mengikuti hawa nafsu karena akan menyesatkan engkau dari jalan Allah. Sesungguhnya orang-orang yang sesat dari jalan Allah akan mendapat azab yang berat, karena mereka melupakan hari Perhitungan.”¹

Kepuasan pelanggan menurut *Kotler et al*, (dalam Tjiptono) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan harapannya. Menurut *Park* (dalam Hasan) kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima

¹ Kementerian Agama Republic Indonesia. “Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahnya” Wahudi, Muhammad Sani. Halim Qur’an; (Kab. Bandung-Indonesia Tahun 2014) Hal : 453

konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.

Tak jarang pula pelanggan merasa puas dengan hasil yang diperoleh, seperti pada percetakan amy ada juga beberapa pelanggan yang merasa tak puas dengan hasilnya. Terjadinya salah cetakan, salah ukuran dan lain sebagainya sehingga membuat pelanggan merasa tak puas dengan hasil yang diperoleh. Disamping kesalahan yang dilakukan oleh karyawan percetakan amy, pihak dari percetakan amy akan mengganti rugi cetakan yang salah ataupun ukuran yang salah tanpa harus dibayar kembali. Tetapi apabila dari pihak pelanggan melakukan kesalahan dalam hal desainnya namun sudah tercetak itu tidak ditanggung oleh pihak percetakan. Namun akan tetap dibantu dengan menurunkan harga awalnya, demi menjaga kenyamanan pelanggan dalam hal ini. Untuk untung ruginya itu sendiri tidak merugikan karena dari biaya yang diterima sudah merupakan keuntungan dari percetakan.

Dalam hal ini percetakan juga tidak terlalu banyak mengambil keuntungan tetapi loyalitas pelanggan lah yang diutamakan. Dengan harga yang ditawarkan akan mudah untuk menarik pelanggan datang mencetak dipercetakan. Selain itu ada keunggulan dari percetakan amy ini yaitu apabila sudah tutup namun pelanggan mau mencetak dalam hal terburu-buru akan dilayani karena kami mengerti dengan apa yang dialami oleh pelanggan tersebut. Tak tanggung percetakan bisa buka sampai jam 10 malam karena banyaknya permintaan pelanggan untuk mencetak. Sehingga pelanggan merasa puas dan senang dengan layanan yang ditawarkan percetakan Amy.

Pelanggan apabila dirinya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan atau pengguna jasa tersebut akan menceritakan kepuasan layanan tersebut kepada calon pelanggan lain. Akan tetapi, apabila pelanggan tersebut tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan. Apabila mengecewakan pelanggan itu akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan keuangan perusahaan (*Gilbert dkk*).²

Motivasi adalah kesediaan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual (*Robbins*). Para ahli manajemen sepakat bahwa motivasi adalah serangkaian upaya untuk mempengaruhi tingkah laku orang lain dengan mengetahui terlebih dahulu tentang apa saja yang membuat seseorang bergerak. Namun seseorang bergerak itu bergerak karena ada dua sebab yaitu kemampuan (*ability*) dan motivasi. Kemampuan dipengaruhi oleh kebiasaan yang diperoleh dari pengalaman, pendidikan, dan pelatihan, serta dari gerak reflex secara biologis dan psikologis yang menjadi kodrat manusia.³

² Heni Rohaeni, Nisa Marwa “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” Universitas BSI, 2ASM BSI Bandung, (Tahun 2018) Hal : 313.

³ Sentot Iman Wahjono, “Perilaku Organisasi” Graha Ilmu, (Yogyakarta Tahun 2010”. Hal. 78-79

Motivasi kerja yang dilakukan karyawan percetakan amy agar tetap bertahan yaitu dengan gaji yang cukup, serta fasilitas yang lengkap seperti tempat tinggal dan makanan terjamin. Selain itu pimpinannya juga baik kepada karyawannya, begitu juga dengan sesama karyawan.

Motivasi kerja dipengaruhi oleh kepuasan pekerjaan (*job satisfaction*), atau tingkat dimana karyawan puas dengan pekerjaannya. Perusahaan mengenali kebutuhan kepuasan dari para karyawan. karena karyawan yang puas dengan pekerjaannya akan lebih termotivasi, manajer dapat memotivasi karyawan dengan menjamin kepuasan pekerjaan. Produktivitas karyawan menjadi pusat perhatian dalam upayanya untuk meningkatkan kinerja yang mempengaruhi efisiensi dan efektivitas organisasi. Dengan demikian motivasi yang diharapkan dari karyawan adalah bahwa fungsi dari motivasi dan kemampuan tersebut dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Apabila motivasi tinggi dengan didukung kemampuan yang cukup, maka pada prinsipnya karyawan tersebut memiliki minat yang tinggi namun kemampuan kurang. Jika kasus ini ditemukan, maka karyawan tersebut harus ditingkatkan kemampuannya baik melalui jalur kursus, pendidikan atau pelatihan. Sedangkan sebaliknya jika karyawan tersebut memiliki kemampuan yang cukup namun tidak mempunyai motivasi yang tinggi, maka kasus ini dapat diselesaikan dengan *incentive* atau penghargaan. Dengan *incentive* tersebut maka orang yang memiliki kemampuan akan termotivasi.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan oleh peneliti, ada permasalahan yang ingin di bahas dalam pengaruh gaya kepemimpinan dan

komunikasi terhadap kepuasan pelanggan dengan motivasi kerja karyawan. Gaya kepemimpinan sangat berpengaruh terhadap terhadap kinerja karyawan serta kurangnya komunikasi antara pemimpin dengan karyawan, dari komunikasi itulah yang membuat karyawan bermalas-malasan dalam bekerja sehingga ada beberapa kesalahan yang dilakukan oleh karyawan tanpa pengetahuan dari pemimpinnya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo”**

B. Rumusan Masalah

1. Adakah Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo?
2. Adakah Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo?
3. Adakah Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo ?
4. Adakah Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Dari Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo

2. Untuk Mengetahui Pengaruh Dari Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Dari Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Dari Gaya Kepemimpinan, Komunikasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Pengguna

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengalaman dan wawasan dalam pengembangan ilmu, terkhusus pada perusahaan. Agar kiranya dalam dunia kerja itu perlu komunikasi yang baik sehingga dapat mempertahankan karir pada perusahaan. Selain sebagai pengembangan ilmu juga sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi di Kampus.

b. Bagi Pembaca

Dengan adanya penelitian ini, sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan mengenai sikap kedisiplinan dalam perusahaan, selain itu juga dapat memberikan motivasi dan gambaran umum kepada pembaca dalam menentukan topik penelitian.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna, terutama untuk perusahaan dalam hal pengaruh gaya kepemimpinan, komunikasi dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Gaya Kepemimpinan

Teori *Path Goal*, yang diperkenalkan *Robert House* yang merupakan pendekatan yang menarik dan berguna untuk memimpin orang lain. Model *Path Goal* adalah teori yang didasarkan pada menentukan gaya atau perilaku pemimpin yang paling sesuai dengan karyawan dan lingkungan kerja untuk mencapai tujuan (*House, Mitchell*). Tujuannya adalah untuk meningkatkan motivasi, pemberdayaan, dan kepuasan karyawan sehingga mereka menjadi anggota organisasi yang produktif.

Teori *Path Goal* sebagai salah satu pendekatan dalam kepemimpinan masih termasuk ke dalam kategori pendekatan *Kontijensi*. Teori ini dikembangkan oleh *Robert J. House* serta *Robert J. House and Gery Dessler*. Teori ini mengajukan pendapat bahwa kinerja bawahan dipengaruhi oleh sejauh mana manajer mampu memuaskan harapan-harapan mereka. Teori *Path Goal* menganggap bawahan memandang perilaku pemimpin sebagai pengaruh yang mampu memotivasi diri mereka, yang berarti kepuasan atas kebutuhan mereka bergantung atas kinerja efektif, arahan, bimbingan, pelatihan, dan dukungan yang diperlukan.⁴

Adapun teori kepemimpinan menurut para ahli yang mengemukakan gagasan-gagasannya merupakan bentuk dari teori

⁴ Ronald E. Riggi, "Empat Gaya Kepemimpinan", (2018)

kepemimpinan. Para ahli pun memiliki pendapat masing-masing mengenai teori kepemimpinan, berikut ini :

a) Moejiono

Moejiono mengatakan kepemimpinan merupakan pengaruh satu arah, karena pemimpin mungkin memiliki kualitas-kualitas tertentu yang membedakan dirinya dengan pengikutnya. Para ahli teori sukarela (*compliance induction theorist*) cenderung memandang kepemimpinan sebagai pemaksaan atau pendesakan pengaruh secara tidak langsung dan sarana membentuk suatu kelompok yang sesuai dengan keinginan pimpinannya.

b) Wahjosumidjo

Menurut wahjosumidjo, teori kepemimpinan adalah suatu yang melekat pada diri seorang pemimpin yang berupa sifat-sifat tertentu, seperti, kepribadian (*personality*), kemampuan (*capability*). Kepemimpinan juga rangkaian kegiatan pemimpin yang tidak bisa dipisahkan dengan kedudukan dan gaya atau perilaku pemimpin itu sendiri. kepemimpinan adalah proses antar hubungan atau interaksi pemimpin, pengikut dan situasi.

c) Fiedler

Fiedler mengatakan teori kepemimpinan merupakan pola hubungan antara individu yang menggunakan wewenang dan pengaruhnya terhadap kelompok agar bekerjasama untuk mencapai tujuan.

d) Sondang P. Siagian

Menurut Sondang P. Siagian, teori kepemimpinan bisa diartikan sebagai kemampuan seseorang saat menjabat sebagai pimpinan organisasi tertentu dalam mempengaruhi orang lain, khususnya bawahannya.

e) Ott

Menurut Ott, teori kepemimpinan bisa didefinisikan sebagai proses hubungan antar pribadi yang didalamnya seseorang mempengaruhi sikap, kepercayaan dan perilaku orang lain.⁵

Kepemimpinan adalah kekuasaan untuk memengaruhi seseorang untuk mengerjakan atau tidak mengerjakan sesuatu. Untuk itu, kepemimpinan membutuhkan penggunaan kemampuan secara aktif untuk memengaruhi pihak lain dan dalam mewujudkan tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Dalam arti yang lebih luas, kepemimpinan atau *leadership* adalah kegiatan untuk memengaruhi perilaku orang lain, atau seni memengaruhi perilaku manusia, baik perseorangan maupun kelompok. Kepemimpinan dapat berlangsung tanpa harus terkait aturan-aturan yang ada. Apabila kepemimpinan dibatasi oleh tata aturan birokrasi, atau dikaitkan dengan suatu organisasi tertentu. Hal tersebut dinamakan manajemen.

Seorang pimpinan bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan pembuatan program kerja, pembuatan kontrak atau pembuatan aturan-aturan baru. Dalam konteks *structural*, kepemimpinan diartikan sebagai proses

⁵ Deepublish store. "Teori Kepemimpinan" Yusuf Abdhul (2021)

pemberian motivasi agar orang-orang yang dipimpin melakukan kegiatan atau pekerjaan sesuai dengan program yang telah ditetapkan. Agar pikiran dan kegiatannya tidak menyimpang dari tugas pokok masing-masing dalam konteks *non structural* kepemimpinan dapat diartikan sebagai proses memengaruhi pikiran, perasaan, tingkah laku, dan mengerahkan semua fasilitas untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan bersama.

Sejak awal kepemimpinan Islam., Rasulullah sudah mencontohkan bagaimana menjadi seorang pemimpin yang baik. Beliau adalah pemimpin yang mampu menyelesaikan segala macam berdasarkan musyawarah demi tercapainya kemaslahatan. Islam mengajarkan bahwa tujuan dan tugas utama pemimpin adalah untuk melaksanakan perintah Allah dan menjalankan sunnah Rasul. Bagi umat Islam yang sudah mendapat amanah untuk menjadi pemimpin, sudah seharusnya mereka menjadi pemimpin yang adil, jujur, amanah, dan berpihak kepada rakyat. Allah menjanjikan pahala yang melimpah jika seorang pemimpin menerapkan hal-hal tersebut. Untuk lebih jelasnya berikut adalah hadist tentang pemimpin yang baik.⁶ Ayat yang berkaitan dengan pemimpin adalah HR. Muslim dan Nasai.

وَقَالَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : إِنَّ الْمُفْسِطِينَ عِنْدَ اللَّهِ عَلَى
مَنَابِرٍ مِنْ نُورٍ عَنْ يَمِينِ الرَّحْمَنِ وَكُلْتَايَدَيْهِ يَمِينُ الَّذِينَ
يَعْدِلُونَ فِي حُكْمِهِمْ وَأَهْلِيهِمْ وَمَأْوِلُوا

⁶ Hj. Tati Nurhayati, “Hubungan Kepemimpinan Transformasional Dan Motivasi Kerja” (juli - Desember 2012) Hal, 78-79.

Artinya :

Rasulullah SAW bersabda: Sesungguhnya orang-orang yang adil kelak di sisi Allah berada di tempat-tempat yang tinggi (mimbar) yang terbuat dari cahaya, di sebelah kanan Zat Yang Maha Pengasih. Kedua tangannya merupakan tangan kanan orang-orang yang adil dalam keputusan mereka, keluarga mereka dan apa-apa yang dikuasakan kepada mereka.”⁷

Seorang pemimpin harus memiliki sifat amanah. Kepemimpinan pada dasarnya sebuah amanah yang harus diemban sebaik mungkin, maka berbuat adil itu adalah termasuk dari ibadah yang utama. Bahkan berbuat adil lebih utama dari amalan sunah seperti shalat malam dan puasa sunah puluhan tahun. Kenapa? Karena ketika seseorang mampu adil dalam urusannya, atau adil dalam memutuskan satu perkara dampaknya akan begitu besar terhadap kehidupan. Begitu juga dengan pemimpin di percetakan amy yang merupakan seorang pemimpin yang adil ke semua karyawannya.

2. Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan dari waktu ke waktu selalu berusaha untuk memberikan kepuasan kepada pelanggannya, karena memberi kepuasan kepada pelanggan sama artinya dengan mempertahankan bahkan meningkatkan usaha dari perusahaan itu sendiri. dengan memberi kepuasan kepada pelanggan maka pelanggan cenderung menjadi loyal, dan bahkan mengajak orang lain untuk menggunakan produk/jasa yang telah memberi kepuasan kepadanya. Pada kenyatannya pelanggan memang tidak selalu terpuaskan dengan apa yang telah dilakukan perusahaan,

⁷ IHRAM.CO.ID, JAKARTA -- Dalam kitab at Targhib wat Tarhib menukil sebuah hadits: Andrian Saputra/ Redaktur : Agung Sasongko ((HR. Thabarani). (Selasa , 15 Feb 2022, 07:20 WIB)

tetapi paling tidak perusahaan telah berusaha untuk melakukan yang terbaik guna memberi kepuasan pelanggan kepada pelanggannya (Liu et al, Pham & Ngunyah, Chinh & Anh). Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, atau sesuatu yang bersifat emosional. Jika pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi jika pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas. Jika *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang jika pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman (Irawan).

Kepuasan konsumen juga dilandaskan adanya teori kepuasan (*the Expectancy Disconfirmation Model*), yaitu model yang menjelaskan proses terbentuknya kepuasan atau tidak kepuasan konsumen. Yang mana menjadi dampak perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang didapatkan setelah melakukan pembelian. Dimana hasil perbandingan tersebut dapat dikelompokkan menjadi *disconfirmation* dari *confirmation*. Teori ini dikemukakan oleh seorang ahli ekonomi, Sumarwan.

Adapun perbedaan teori yaitu :

- a. *Positive disconfirmation*, terjadi jika kinerja sesungguhnya (*actual performance*) lebih besar dari harapan *performance expaction*) konsumen.

- b. *Simple confirmation*, terjadi jika kinerja sesungguhnya sama dengan harapan konsumen.
- c. *Negative disconfirmation*, terjadi jika kinerja sesungguhnya lebih kecil daripada harapan konsumen.

Macam-macam teori kepuasan konsumen

- a. *Cognitive dissonance theory*

Cognitive dissonance theory adalah teori yang mengungkapkan bahwa konsumen berusaha menekan disonansi, yang artinya kesenjangan perbedaan antara ekspektasi dari kinerja produk barang atau jasa. Dikonfirmasi *negative* terwujud saat kinerja produk lebih buruk dibandingkan dengan ekspektasi konsumen.

Sebaliknya, akan positif bila kinerja produk lebih bagus daripada ekspektasi pelanggan. Teori ini memandang kepuasan konsumen sebagai evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman atau kinerja yang dipersepsikan sebaiknya sama baiknya dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

- b. *Contrast theory*

Contrast theory memiliki arti yang berkebalikan dengan *cognitive dissonance theory*. Dimana pada *contrast theory*, tidak menekan disonansi namun justru memperbesar perbedaan antara ekspektasi, maka konsumen akan merasa puas.

Sebaliknya, jika kinerja produk di bawah ekspektasi, maka konsumen akan merasa tidak puas. Teori ini secara tersirat

menyatakan bahwa konsumen sangat *sensitive* terhadap ekspektasi yang tidak terpenuhi dan bisa bereaksi secara mandiri.

c. *Assimilation contrast theory*

Teori *Assimilation contrast theory* berpendapat bahwa konsumen mungkin menerima penyimpangan atau deviasi dari ekspektasinya dalam batas tertentu. Jika produk, baik barang atau jasa, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen, tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan, maka kinerja produk akan diasimilasi atau diterima dan produk yang bersangkutan akan dievaluasi secara positif alias dinilai memuaskan.

Namun, jika kinerja produk melampaui zona penerimaan konsumen, maka perbedaan yang ada akan dikontraskan sehingga tampak lebih besar dari sesungguhnya. Teori ini menjelaskan kepuasan pelanggan dengan menggunakan dua teori sebelumnya.

Dalam kasus tingkat dikonfirmasi ekspektasi dan kinerja yang moderat, konsumen akan berperilaku sesuai dengan *cognitive dissonance theory*. Namun jika tingkat dikonfirmasinya tinggi melampaui zona penerimaan, maka konsumen akan berperilaku sesuai dengan *contrast theory*, yang membesar-besarkan pendapat antara ekspektasi dan kinerja produk.

d. *Adaptation level theory*

Adaptation level theory berpendapat bahwa individu hanya mempersepsikan sebuah stimulus berdasarkan standar yang diadaptasi

olehnya dan standar tersebut bergantung pada persepsi terhadap stimulus, konteks, karakteristik psikologis, dan fisiologis organisme.

Tingkat adaptasi yang sudah terbentuk menjadi penentu evaluasi berikutnya dan memastikan bahwa setiap penyimpangan positif maupun negatif tetap berada pada rentang posisi original individu yang bersangkutan. Satu-satunya yang dapat mengubah evaluasi akhir hanyalah kekuatan besar tingkat adaptasi.

Memastikan bahwa setiap penyimpangan positif maupun negatif tetap berada pada rentang posisi original individu yang bersangkutan. Satu-satunya yang dapat mengubah evaluasi akhir hanyalah kekuatan besar tingkat adaptasi.

Standar perbandingan tingkat adaptasi bagi kinerja produk adalah ekspektasi konsumen. Sementara kekuatan *principal* yang menyebabkan penyimpangan positif atau negatif dari tingkat adaptasi adalah peranan dari diskonfirmasi.

e. *Utility theory*

Utility theory adalah teori yang termasuk dalam cakupan ekonomi. Yang mengemukakan bahwa *utility theory* pada prinsipnya berfokus pada cara konsumen dalam memilih dan membuat keputusan berdasarkan preferensi dan penilainnya terhadap nilai tertentu. Teori ini memiliki unsur pokok berupa hubungan antara preferensi dan indifferensi individu terhadap serangkaian alternatif produk, merek, dan pemasok.

Hal ini didasarkan pada sejumlah asumsi, diantara :

- 1) Asumsi *connectivity*, yaitu semua alternatif saling terakit sehubungan dengan relasi antara preferensi dan indifferensi.
- 2) Asumsi *consistency*, adalah relasi preferensi antara dua alternatif tidak bisa diubah pada titik waktu tertentu.
- 3) Asumsi *transitivity*, yaitu jika ada alteratif, misal A, B, dan C. dimana, tiga alternatif ini dipertimbangkan dan jika konsumen menyukai A, maka serangkaian alternatif bisa diberi peringkat sesuai dengan preferensi konsumen. Dan peringkat inilah yang menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

f. *Alienation theory*

Alienation theory adalah teori yang termasuk dalam perspektif sosiologi, yang mana teori ini lebih meginterpresentasikan sebuah konsep tetang ketidakpuasan pelanggan. Definisi *alienation* sendiri dapat diidentifikasi dalam empat bentuk yang berbeda, seperti dijelaskan dibawah ini :

1) *Powerlessness*

Powerlessness jika dilihat dari sudut pandang konsumen, mencerninkan perasaan tidak mampu mempengaruhi perilaku pebisnis dalam melindungi kepentingannya sebagai konsumen. Misalnya adalah kosumen sering merasa tidak berdaya ketika perusahaan tidak memberikann respon atas komplainnya terhadap produk yang tidak dapat memenuhi ekpektasinya.

2) *Meaninglessness*

Meaninglessness jika terlihat dari sudut pandang konsumen adalah penggambaran bahwa dirinya tidak mampu membuat keputusan pembelian secara bijaksana karena minimnya kepercayaan diri, informasi produk alternatif, dan produk lainnya.

3) *Normlessness*

Menurut *Normlessness* bentuk merefleksikan keyakinan sebagian besar konsumen yaitu setiap perilaku bisnis cenderung berperilaku tidak etis dan melakukan praktik ketidakadilan dalam aktivitas pemasarannya. Contohnya adalah keyakinan konsumen bahwa perusahaan sengaja meluncurkan produk smartphone seri terbaru untuk megeleminasi smartphone model lama secara bertahap.

4) *Isolation*

Dari sudut pandang konsumen, *Isolation* artinya mereka merasa terisolasi ketika tidak mampu memahami maka iklan produk dengan benar dan tidak mampu mengalami kondisi berbelanja yang menyenangkan dan membuat mereka ingin kembali ke tempat itu.

Kualitas layanan dapat dilihat dari kemampuan para tenaga penjualnya, karena tenaga penjual merupakan ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan dimana mereka yang langsung berhadapan dengan konsumen. Diantara kemampuan tersebut adalah kompetensi sosial, kompetensi sosial dapat

diartikan sebagai kemampuan untuk mengembangkan pertukaran hubungan yang baik dan menggambarkan tingkat rasional yang tertinggi. Tidak hanya kemampuan membangun hubungan yang diperlukan oleh seorang tenaga penjual, tetapi juga kemampuan teknis dalam memberikan solusi kepada konsumennya. Kompetensi teknis adalah pengetahuan yang dimiliki tenaga penjual, seperti misalnya pengetahuan mengenai desain dan keistimewaan produk, pengetahuan tentang pemakaian dan fungsi produk, pengetahuan tentang teknis, (keahlian *engineering*), dan prosedur yang diberlakukan oleh kebijakan perusahaan (*Retz et al.*). Sehingga desain harus melalui permintaan dan harapan dari konsumen dan lebih baik dari pesaing sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan pangsa pasar. Untuk memperbaiki desain produk, staf desain harus mempunyai pengalaman dilantai produksi dan bidang pemasaran untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam kualitas desain produk, permintaan pelanggan dan biaya produksi harus dipertimbangkan selama proses desain produk. Kualitas desain produk tidak dapat menjadi tanggung jawab staf desain saja tetapi departemen fungsional yang harus terlibat dalam desain produk (*Hollanders & Cruysen*).⁸

3. Motivasi Kerja Karyawan

Terdapat 5 teori motivasi kerja dan berpengaruh besar dalam praktek pengembangan sumber daya manusia dalam suatu organisasi atau perusahaan:

⁸ Jurnal Dinamika Manajemen, “Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan” Made Virma Permana Semarang, Indonesia, (September 2013) Hal. 116, 117, dan 118.

a. Teori efek hawthorn

Penelitian oleh *Elton Mayo* pada perusahaan *General Electric Hawthorn* di Chicago, memiliki dampak pada motivasi kelompok kerja dan sikap karyawan dalam bekerja. Kontribusi hasil penelitian tersebut bagi perkembangan teori motivasi adalah :

- 1) Kebutuhan dihargai sebagai manusia ternyata lebih penting dalam meningkatkan motivasi dan produktivitas kerja karyawan dibandingkan dengan kondisi fisik lingkungan kerja.
- 2) Sikap karyawan dipengaruhi oleh kondisi yang terjadi baik didalam maupun diluar lingkungan tempat kerja.
- 3) Kelompok informal dilingkungan kerja berperan penting dalam membentuk kebiasaan dan sikap para karyawan.
- 4) Kerja sama kelompok tidak terjadi begitu saja, tetapi harus direncanakan dan dikembangkan.

b. Teori kebutuhan

Menurut *Abraham Maslow*, pada dasarnya karyawan bekerja untuk memenuhi kebutuhan sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan fisiologis
- 2) Kebutuhan rasa aman
- 3) Kebutuhan sosial
- 4) Kebutuhan harga diri
- 5) Kebutuhan aktualisasi diri

Kebutuhan-kebutuhan tersebut bersifat hierarkis, yaitu suatu kebutuhan akan timbul apabila kebutuhannya dasar sepenuhnya telah dipenuhi. Setelah kebutuhan fisiologis seperti pakaian, makanan dan perumahan terpenuhi, maka kebutuhan tersebut akan digantikan dengan kebutuhan rasa aman dan seterusnya. Sehingga tingkat kebutuhan seseorang akan berbeda-beda dalam bekerja. Seseorang yang kebutuhan hanya sekedar makan, maka pekerjaan apapun akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

c. Teori X dan Y

Mc Gregor mengemukakan dua model yang menjelaskan motivasi karyawan yang bekerja yaitu teori X dan teori Y.

Teori X menanggapi :

- 1) Karyawan tidak suka bekerja dan cenderung untuk menghindari kerja
- 2) Karyawan harus diawasi dengan ketat dan diancam agar mau bekerja dengan baik.
- 3) Prosedur dan disiplin yang keras lebih diutamakan dalam bekerja.
- 4) Uang bukan satu-satunya yang memotivasi kerja.
- 5) Karyawan tidak perlu diberikan kesempatan untuk mengembangkan diri.

Teori Y menganggap bahwa :

- 1) Karyawan senang bekerja, sehingga pengawasan dan hukuman tidak diperlukan oleh karyawan.

- 2) Karyawan akan memiliki komitmen terhadap pekerjaan dan organisasi jika merasa memuaskan.
- 3) Manusia cenderung ingin belajar.
- 4) Keratifitas dan imajinasi digunakan untuk memecahkan masalah.

d. Teori *Hygine* dan Motivator

Menurut *Herzberg*, faktor yang menimbulkan kepuasan kerja karyawan berbeda dengan faktor yang menimbulkan ketidakpuasann kerja sebagai berikut.

Faktor *Hygine* meliputi :

- 1) Kebijakan perusahaan dan system administrasinya
- 2) System pengawasan
- 3) Gaya kepemimpinan
- 4) Kondisi lingkungan kerja
- 5) Hubungan antar pribadi
- 6) Gaji/upah
- 7) Status
- 8) Kesehatan dan keselamatan kerja

Faktor motivator meliputi :

- 1) Pengakuan
- 2) Penghargaan atas prestasi
- 3) Tanggung jawab yang lebih besar
- 4) Pengembangan karir
- 5) Minat terhadap pekerjaan

e. Teori Motivasi Berprestasi

David McClelland menjelaskan tentang keinginan seseorang untuk mencapai kinerja yang tinggi. Hasil penelitian tentang motivasi berprestasi menunjukkan pentingnya menetapkan target atau standar keberhasilan. Karyawan dengan ciri-ciri motivasi berprestasi yang tinggi akan memiliki keinginan bekerja yang tinggi. Karyawan lebih mementingkan kepuasan pada saat target telah diharapkan imbalan, melainkan mereka menyukai tantangan.

Ada tiga macam kebutuhanyang dimiliki oleh setiap individu yaitu:

- 1) Kebutuhan berprestasi (*Achievement Motivation*) yang meliputi tanggung jawab pribadi, kebutuhan untuk mencapai prestasi, umpan balik dan mengambil resiko sedang.
- 2) Kebutuhan berkuasa (*Power Motivation*) yang meliputi persaingan, mempengaruhi orang lain.
- 3) Kebutuhan berafiliasi (*Affiliationn Motivation*) yang meliputi persahabatan, kerja sama dan perasaan diterima.⁹

Dalam lingkungan pekerjaan, ketiga macam kebutuhan tersebut saling berhubungan, karena setiap karyawan memiliki semua kebutuhan tersebut dengan kadar yang berbeda-beda. Seseorang dapat dilatihkan untuk meningkatkan salah satu dari tiga faktor kebutuhan ini. Misalnya untuk

⁹ Ade Eraf Yusuf, "Dampak Motivasi Terhadap Peningkatan Kinera Individu" Vol.5 No. 1 April 2014 494-500

meningkatkan kebutuhan berprestasi kerja, maka karyawan dapat dipertajam tingkat kebutuhan berprestasi dengan menurunkan kebutuhan yang lain¹⁰

Bekerja untuk mendapatkan rezeki yang *halalan thayiban* termasuk kedalam jihad di jalan Allah yang nilainya sejajar dengan melaksanakan rukun islam. Dengan demikian bekerja adalah ibadah dan menjadi kebutuhan setiap umat manusia. Bekerja yang baik adalah wajib sifatnya dalam islam. Rasulullah para nabi dan para sahabat adalah para profesional yang memiliki keahlian dan pekerja keras. Mereka selalu menganjurkan dan meneladani orang lain untuk mengerjakan hal yang sama. Profesi Nabi Idris adalah tukang jahit dan Nabi Daud adalah tukang besi pembuat senjata, jika ingin mencontoh mereka maka yakinkan diri kita juga telah mempunyai profesi dan semangat bekerja keras. Seperti ayat berikut ini, Allah SWT berfirman dalam Q.S At-Taubah Ayat 105 berikut ini :

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Terjemahnya :

"Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."¹¹

Segala amal perbuatan di dunia akan dikembalikan ke akhirat. Amal tersebut akan menjadi ganjaran atas apa yang sudah diperbuat selama hidup.

¹⁰ Inspiera, "Teori Motivasi Kerja" (2020)

¹¹ Kementerian Agama Republic Indonesia. "Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya" Wahudi, Muhammad Sani. Halim Qur'an; (Kab. Bandung-Indonesia 2014) Hal : 187

Selain itu, dianjurkan pula untuk tidak merasa cukup karena telah melakukan tobat, zakat, sedekah dan salat semata-mata, akan tetapi juga harus mengerjakan apa yang menjadi perintah-Nya. Hal tersebut akan menjadikan mereka (kaum Muslimin) semakin dekat kepada Allah.

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu berguna untuk mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil-hasil penelitian yang dilakukan . penelitian terdahulu digunakan sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian.

1. Penelitian ini dilakukan Deni Candra Purba, Viktor P.K Lengkong dan Sjendry Loindong dengan judul penelitian “ Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Umum Percetakan Negara Republik Indonesia Cabang Manado”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yang dipakai untuk meneliti hubungan atau pengaruh antara variabel bebas yaitu kepuasan kerja, motivasi kerja dan disiplin kerja terhadap variabel terikat yaitu kinerja karyawan. Adapun hasil dari penelitian ini adalah kepuasan kerja merupakan sifat individual seseorang sehingga seseorang mempunyai tingkat kepuasan berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai-nilai yang berlaku pada dirinya Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan pada masing-masing individu. Semakin banyak aspek-aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu

seseorang, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan dan begitu pula sebaliknya.¹²

Adapun persamaannya yaitu sama-sama memotivasi karyawan agar kinerja karyawan terus meningkat dengan baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada lokasi.

2. Penelitian ini ditulis oleh Ni Wayan Eka Yanti dan I Made Suasti Puja dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan UD. Wipra Print Karangasem”. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Adapun hasil penelitian ini yaitu dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan merupakan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Percetakan UD. Wipra Print Karangasem, kemudian variabel harga merupakan peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan Percetakan UD. Wipra Print Karangasem, dan dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel promosi merupakan peran penting dalam mempengaruhi maupun meningkatkan kepuasan pelanggan Percetakan UD. Wipra Print Karangasem.¹³

¹² Deni Candra Purba, Victor P.K Lengkong dan Sjendry Loindong :” Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Umum Percetakan Negara Republik Indonesia Cabang Manado” Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 841 – 850

¹³ Ni Wayan Eka Yanti Dan I Made Suasti Puja “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan UD. Wipra Print Karangasem”. (2021) Hal. 950-951

Adapun persamaan penelitian saya dengan Ni Wayan Eka Yanti dan I Made Suasti Puja adalah bahwa pengaruh kualitas pelanggan, harga dan promosi sama-sama merupakan hal yang penting yang sangat berpengaruh pada dunia percetakan. Dan perbedaannya yaitu terletak pada promosinya dimana promosi yang ditawarkan pada UD. Wipra Print Karangasem yaitu pemberian diskon dengan kisaran 10 hingga 20 persen dengan ketentuan belanja sedangkan pada Percetakan AMY dengan memberikan produk gratis dengan ketentuan adanya pengajuan proposal.

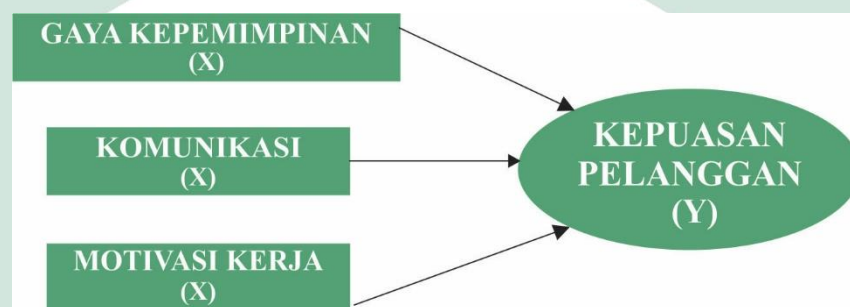
3. Penelitian ini ditulis oleh Reza Raditya Eka Pranata dengan judul “Pengaruh Kepemimpinan, Pelatihan dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada PT. Percetakan Gramedia Cikarang”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dengan hasil penelitian menunjukkan Peningkatan kinerja berawal dari perhatian pimpinannya. Sejauh mana pimpinan menjadi panutan bagi para pegawainya demi mencapai tujuan bersama perusahaan, menjadi salah satu faktor yang penting. Selanjutnya, peningkatan kinerja erat juga kaitannya dengan pelatihan pegawai. Sumber daya manusia atau pegawai PT Percetakan Gramedia Cikarang yang menduduki suatu jabatan tertentu dalam perusahaan mempunyai level kemampuan yang berbeda dengan pegawai lainnya. Kadang-kadang kemampuan mereka meningkat, namun kadang juga menurun.¹⁴

¹⁴ Reza Raditya Eka Pranata “Pengaruh Kepemimpinan, Pelatihan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Percetakan Gramedia Cikarang” Jurnal EKSEKUTIF Volume 16 No. 2 Desember 2019 Hal : 331

Adapun persamaannya dengan penelitian saya yaitu sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif, serta pimpinannya juga menjadi panutan bagi karyawan dalam melakukan tugas dan tanggung jawab, sehingga karyawan mampu mengerjakan tugas yang diberikan dengan hasil yang baik.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir sebagai gambaran ringkas mengenai rancangan penelitian setelah meneliti mengkaji keterkaitan isi teori sesuai variabel yang digunakan.



Tabel 2.1 Kerangka Pikir

D. Hipotesis

H0 : Diduga Tidak Ada Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Pelanggan

H1 : Diduga Ada Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Pelanggan

H0 : Diduga Tidak Ada Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

H1 : Diduga Ada Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

H0 : Diduga Tidak Ada Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kerja Karyawan

H1 : Diduga Ada Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelanggan Kerja

Karyawan

BAB III

JENIS PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang dimana penelitian ini menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif, yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

Penelitian kuantitatif mencoba untuk memecahkan dan membatasi fenomena menjadi terukur. Metode penelitiannya menggunakan pengukuran yang terstandar atau menggunakan skala pengukuran data. Sehingga secara esensial penelitian kuantitatif adalah penelitian tentang pengumpulan data *numeric* untuk menjelaskan fenomena tertentu.¹⁵

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh jumlah dari subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Misalnya 1000 orang dikatakan sebagai populasi karena terkait dalam suatu penelitian. Kemudian pada pendapat lain mengatakan bahwa secara harfiah pengertian populasi adalah seluruh variabel yang terkait dengan topik pada penelitian.

¹⁵ Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen, "Metode Penelitian Kuantitatif", Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, Dan Riza Bahtiar Sulistyan Jl. Gatot Subroto No. 4, Karang Sari, Kec. Sukodono, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. (2021) Hal. 10

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu sendiri. Sampel disebut juga contoh. Nilai hitungan yang diperoleh dari sampel inilah yang disebut dengan statistik.¹⁶

Pengertian dari sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sampel, hal ini dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30, atau penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

Jumlah karyawan yang ada di Percetakan Amy terdiri dari 18 orang, 1 pimpinan 17 karyawan, dimana posisinya yaitu 1 admin, 6 desainer, 10 operator, adapun populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan, berhubung jumlah populasi hanya 18 karyawan maka penulis memutuskan seluruh populasi di Percetakan Amy dijadikan sampel.

C. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1. Penelitian ini dilaksanakan di Percetakan Amy Kota Palopo

Gambar 3.1 Lokasi Percetakan Amy



¹⁶ Syafnidawaty "Apa Itu Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian" Universitas Raharja (November 2020)

2. Adapun waktu penelitian ini pada bulan Mei 2023

D. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Gaya Kepemimpinan (X)	Menurut Kartono, gaya kepemimpinan adalah sifat, kebiasaan, tempramen, watak dan kepribadian yang membedakan seorang pemimpin dalam berinteraksi dengan orang lain ¹⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan Mengambil Keputusan 2. Kemampuan Memotivasi 3. Kemampuan Komunikasi 4. Kemampuan Mengendalikan Bawahan 5. Tanggung Jawab. 6. Kemampuan Mengendalikan Emosional.
2.	Komunikasi (X)	Menurut James A. F. Stoner, pengertian komunikasi adalah suatu proses pada seseorang yang berusaha untuk memberikan pengertian dan informasi dengan cara menyampaikan pesan kepada orang lain. ¹⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penerima Pesan 2. Isi Pesan 3. Media 4. Format 5. Sumber Pesan 6. Ketepatan waktu
3.	Motivasi Kerja Karyawan (X)	Motivasi kerja menurut Franco dkk. (dalam Harsuko), adalah derajat kerelaan individu dalam menggunakan dan memelihara upaya untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daya pendorong 2. Kemauan 3. Kerelaan 4. Membentuk keahlian 5. Membentuk keterampilan 6. Tanggung jawab

¹⁷ Kartono "Teori, Indikator dan Jenis Gaya Kepemimpinan" Oleh Muchlisin Riadi, (April 07, 2019)

¹⁸ James A. F. Stoner "Proses Komunikasi dan Pengertiannya Menurut Para Ahli " Liputan6.com (23 Jan 2019, 17:55 WIB)

No.	Variabel	Definsi	Indikator
		mencapai tujuan perusahaan.	7. Kewajiban 8. Tujuan
		Motivasi merupakan proses 26 yang berhubungan dengan psikologi yang mempengaruhi alokasi pekerja terhadap sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan tersebut. ¹⁹	
4.	Kepuasan pelanggan (Y)	Menurut Tjiptono, kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik ²⁰ .	1. Kualitas produk yang dihasilkan 2. Kualitas pelayanan yang diberikan 3. Harga produk 4. Kemudahan mengakses produk 5. Cara mengiklankan produk ²¹

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

E. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai bentuk penelitian lapangan (*Field Research*), dimana teknik yang digunakan adalah melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi.

¹⁹ Coki Siadari “Pengertian Motivasi Kerja Menurut Para Ahli “ (Wednesday, February 6, 2019)

²⁰ Coki Siadari “Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli “ (Tuesday, January 29, 2019)

²¹ Anggie warsito “Indikator Kepuasan Pelanggan dan Metode untuk Mengukurnya” (01 Jun 2022)

a. Observasi

Observasi juga sering disebut pengamatan, observasi sering digunakan untuk menelusuri atau mencari tahu suatu hal dari sebuah fenomena. Observasi biasanya dilakukan dengan meninjau, mengawasi dan meneliti suatu objek, hingga mendapat data yang sifatnya valid. Banyak bidang ilmu pengetahuan yang membutuhkan atau sering menggunakan observasi. Proses pengamatan ini bisa dilakukan dengan menggunakan pengamatan langsung, wawancara, dan metode lainnya.

Adapun pengertian observasi menurut Sutrisno Hadi, observasi merupakan sebuah proses yang sangat kompleks, terdiri atas berbagai macam proses, baik biologis maupun psikologis, yang mana lebih memprioritaskan proses ingatan serta pengamatan.²²

b. Kuesioner

Cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi, kemudian jawaban responden di skor dengan menggunakan skala likert dengan penilaian 5, 4, 3, 2, dan 1. Sugiyono. “Skala likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang mengukur suatu objek. Skala likert biasanya memiliki 5 atau 7 katagori dari “sangat setuju” sampai “sangat tidak setuju”. Istijanto.²³

²² Serafica Gischa, “Observasi Pengertian Para Ahli”, Vanya Karunia Mulia Putri (2021)

²³ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sains Al Qur’an, “Pengaruh Motivasi Dan Kedisiplinan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja karyawan (Studi Empiris pada Industri Karoseri “Sakera” Magelang)” M. Trihudyatmanto (31 Desember 2016) Hal. 68

c. Studi Kepustakaan

Penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepuustakaan), baik berupa buku, catatan, jurnal, maupun laporan hasil penelitian terdahulu.

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder

a. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Data primer biasanya selalu bersifat spesifik karena disesuaikan oleh kebutuhan peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Biasanya data-data ini berupa diagram, grafik, atau tabel sebuah informasi penting seperti sensus penduduk. Data sekunder bisa dikumpulkan melalui berbagai sumber seperti buku, situs, atau dokumen pemerintah.²⁴

F. Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah studi literatur atau kepuustakaan, dan studi lapangan yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket atau kuesioner. Teknik pengukuran data

²⁴ Belajar Data Science di Rumah, “4 Perbedaan Data Sekunder & Data Primer dalam Analisis Data” (05-April-2022) Volume 4 series 5

dilakukan dengan menggunakan pengukuran skala Likert. Menurut Sugiyono, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Skala Likert ini digunakan dalam pengisian kuesioner. Data yang telah terkumpul melalui angket, kemudian penulis olah ke dalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara menetapkan skor jawaban dari pernyataan yang telah dijawab oleh responden, dimana pemberian skor tersebut didasarkan pada ketentuan jumlah jawaban

G. Metode dan Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis regresi berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

a. Uji Validasi

Uji validitas menunjukkan suatu ukuran tingkat kevalidan atau ketetapan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

b. Uji Realibilitas

Uji Realiabilitas adalah menguji apakah hasil kuesioner atau angket dapat dipercaya atau tidak. Pengujian realibilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal dapat dilakukan dengan test retest (*stability*), *egivalent*, dan gabungan

keduanya. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang diuji adalah hanya item yang valid.

c. Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak.²⁵

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya).

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali).

²⁵ Anwar Hidayat “Uji Normalitas dan Metode Perhitungan (Penjelasan Lengkap)” (2012)

d. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen

a = Harga Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi pertama

b_2 = Koefisien Regresi kedua

X_1 = Variabel Independent pertama

X_2 = Variabel Independent kedua

e. Uji Hipotesis

1. Uji T (Persial)

Menurut Ghozali, uji statistik t adalah suatu uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian statistik t atau t-test ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan uji hipotesis ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Hal ini berarti, secara parsial

variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen.

- b) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Hal ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.²⁶

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen (Santoso Slamet). Pengujian uji F dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a) Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima.
- b) Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak.²⁷

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai

²⁶ Riana Magdalena, Maria Angela Krisanti “Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk.” Jurnal TEKNO (Civil Engineering, Electrical Engineering and Industrial Engineering) Vol. 16, No : 1, April 2019 Hal. 37

²⁷ Jihan Suci Lestari, Umi Farida, Siti Chamidah “Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru” Vol. 1 No. 1 Desember 2019 Hal: 38 -55

R-square (R^2) pada tabel Model Summary. Menurut Ghazali (2016) nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, Sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel – variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali).²⁸



²⁸ Dr. Meiryani, “Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear” Artikel 12 Aug 2021

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian

Percetakan Amy berdiri pada tahun 2008 yang mulanya dimana pimpinan percetakan Amy bekerja sebagai karyawan di bintang timur yang berada di Makassar Tepatnya Di Jl. Perumnas Antang pimpinan hanya menerima orderan lalu mencetaknya di Gerbang Timur. Kemudian pada tahun 2009 pindah di Palopo tepatnya di Jl. Rambutan selama 4 tahun kemudian pindah di Jl. Lagaligo pada tahun 2012 selama 6 tahun dan terakhir pindah di Jl. Manennungeng pada tahun 2018 sampai sekarang.

Usahanya mulai berkembang dengan menerima jasa cetak spanduk. Orderan yang diterima tidak pernah sepi sehingga membantu berkembangnya usaha yang dimiliki Bapak Imran Musa selaku pimpinan percetakan amy. Dan dibantu dengan iparnya sendiri. Dengan pendapatan yang semakin meningkat percetakan amy mampu mengganti mesin yang sebelumnya mesin bekas menjadi mesin baru. Kemudian perlahan membuka jasa orderan baru seperti undangan, sablon, id card, dll.

2. Visi Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi perusahaan percetakan terkemuka di kota Palopo yang mengutamakan kualitas hasil dan pelayanan.

b. Misi

1. Terus berinovasi melakukan pengembangan kualitas produk secara maksimal demi pelayanan terbaik.
2. Menciptakan kondisi kerja yang aman, nyaman, disiplin dan bertanggung jawab dalam bekerja.
3. Memberi kualitas sumber daya manusia dan teknologi sesuai kebutuhan konsumen.

3. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan perbulan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan 18 orang karyawan percetakan amy sebagai responden. Berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel : 4.1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	10	55,6%
2.	Perempuan	8	44,4%
	Total	18	100%

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden yang paling banyak adalah berjenis kelamin laki-laki,yaitu sebanyak 10 orang, dan responden perempuan berjumlah 8 orang.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
20	2	11,1%
22	3	16,7%
23	2	11,1%
24	1	5,6%
25	3	16,7%
26	3	16,7%
27	1	5,6%
29	1	5,6%
31	1	5,6%
45	1	5,6%
Total	18	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas karakteristik usia dibagi menjadi usia 45 tahun berjumlah 1 orang (5,6%), usia 29 tahun berjumlah 1 orang (5,6%), usia 27 tahun berjumlah 1 orang (5,6%), usia 26 tahun berjumlah 3 orang (16,7%), usia 25 tahun berjumlah 3 orang (16,7%), usia 24 tahun berjumlah 1 orang (5,6%), usia 23 tahun berjumlah 2 orang (11,1%), usia 22 tahun berjumlah 3 orang (16,7%), dan usia 20 tahun berjumlah 2 orang (11,1%).

4. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Gaya Kepemimpinan

Tabel: 4.3 Hasil Gaya Kepemimpinan

No.	Pertanyaan	Tanggapan									
		SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%
1.	Pimpinan sering memberikan arahan pentingnya tugas dan tanggung jawab.	6	33,3	11	61,1	1	5,6	1	5,6	0	0
2.	Menuntut karyawan melakukan apa yang diinginkan.	3	16,7	10	55,6	4	22,2	2	11,1	0	0
3.	Pimpinan memberikan perhatian pada kenyamanan kerja bagi para karyawannya.	10	55,6	8	44,4	0	0	0	0	0	0
4.	Pimpinan selalu mendorong bawahan untuk bekerja sesuai tanggung jawabnya.	8	44,4	10	55,6	0	0	0	0	0	0
5.	Pimpinan selalu memberikan bonus jika karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik.	6	33,3	9	50	3	16,7	0	0	0	0
6.	Pimpinan memberikan inspirasi agar karyawan semangat dalam melakukan pekerjaan	8	44,4	9	50	1	5,6	0	0	0	0

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4.3 mengindikasikan pada pernyataan Pimpinan sering memberikan arahan pentingnya tugas dan tanggung jawab. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 6 responden (33,3%), S 11 responden (61,1%), CS 1 responden (5,6%), TS 1 responden (5,6%), dan STS 0 (0%).

Pernyataan kedua, Menuntut karyawan melakukan apa yang di inginkan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 3 responden (16,7%), S sebanyak 10 responden (55,6%). CS sebanyak 4 responden (22,2%), TS sebanyak 2 responden (11,1%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan ketiga, Pimpinan memberikan perhatian pada kenyamanan kerja bagi para karyawannya. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 10 responden (55,6%), S sebanyak 8 responden (44,4%). CS sebanyak 0 responden (0%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan keempat, Pimpinan selalu mendorong bawahan untuk bekerja sesuai tanggung jawabnya. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 8 responden (44,4%), S sebanyak 10 responden (55,6%). CS sebanyak 0 responden (0%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan kelima, Pimpinan selalu memberikan bonus jika karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 6 responden (33,3%), S sebanyak 9 responden (50%). CS sebanyak 3 responden (16,7%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan keenam, Pimpinan memberikan inspirasi agar karyawan semangat dalam melakukan pekerjaan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 8 responden (44,4%), S sebanyak 9 responden

(50%). CS sebanyak 1 responden (5,6%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

b. Komunikasi

Tabel. 4.4 Hasil Komunikasi

No.	Pertanyaan	Tanggapan									
		SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%
1	Karyawan selalu konsultasi dengan pimpinan mengenai masalah pekerjaan	5	27,8	12	66,7	1	5,6	0	0	0	0
2	Penyampaian informasi pekerjaan oleh pimpinan sudah efektif kepada saya.	4	22,2	11	61,1	2	11,1	1	5,6	0	0
3	Diskusi antar karyawan dalam menemukan solusi permasalahan berjalan efektif.	5	27,8	12	66,7	0	0	1	5,6	0	0
4	Penyampaian informasi kepada pelanggan cukup efektif.	7	38,9	10	55,6	1	5,6	0	0	0	0

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4.4 mengindikasikan pada pernyataan Karyawan selalu konsultasi dengan pimpinan mengenai masalah pekerjaan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 5 responden (27,8%), S 12 responden (66,7%), CS 1 responden (5,6%), TS 0 responden (0%), dan STS 0 (0%).

Pernyataan kedua, Penyampaian informasi pekerjaan oleh pimpinan sudah efektif kepada saya. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 4 responden (22,2%), S sebanyak 11 responden (61,1%). CS

sebanyak 2 responden (11.1%), TS sebanyak 1 responden (5,6%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan ketiga, Diskusi antar karyawan dalam menemukan solusi permasalahan berjalan efektif. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 5 responden (27,8%), S sebanyak 12 responden (66,7%). CS sebanyak 0 responden (0%), TS sebanyak 1 responden (5,6%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan keempat, Penyampaian informasi kepada pelanggan cukup efektif. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 7 responden (38,9%), S sebanyak 10 responden (55,6%). CS sebanyak 1 responden (5,6%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

c. Motivasi Kerja Karyawan

Tabel 4.5 Hasil Motivasi Kerja Karyawan

No.	Pertanyaan	Tanggapan									
		SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%
1.	Karyawan berusaha untuk menyelesaikan pekerjaan dengan penuh rasa tanggung jawab untuk mencapai hasil yang maksimal	7	38,9	10	55,6	1	5,6	0	0	0	0
2.	Karyawan mampu bekerja dengan cepat tanpa mengurangi kualitas kerja.	5	27,8	11	61,1	2	11,1	0	0	0	0
3.	Karyawan hadir di tempat kerja sesuai dengan waktu yang	3	16,7	14	77,8	0	0	1	5,6	0	0

4.	ditentukan. Karyawan melakukan pekerjaan dengan professional	8	44,4	9	50	1	5,6	0	0	0	0
5.	Karyawan tidak pernah meyalahgunakan wewenang dalam melaksanakan pekerjaan.	4	22,2	13	72,2	1	5,6	0	0	0	0

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4.5 mengindikasikan pada pernyataan karyawan berusaha untuk menyelesaikan pekerjaan dengan penuh rasa tanggung jawab. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 7 responden (38,9%), S 10 responden (55,6%), CS 1 responden (5,6%), TS 0 responden (0%), dan STS 0 (0%).

Pernyataan kedua, karyawan mampu bekerja dengan cepat tanpa mengurangi kualitas kerja. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 5 responden (27,8%), S sebanyak 11 responden (61,1%). CS sebanyak 2 responden (11,1%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan ketiga, karyawan hadir di tempat kerja sesuai dengan waktu yang ditentukan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 3 responden (16,7%), S sebanyak 14 responden (77,8%). CS sebanyak 0 responden (0%), TS sebanyak 1 responden (5,6%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pertanyaan keempat, karyawan melakukan pekerjaan dengan professional. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 8 responden

(44,4%), S sebanyak 9 responden (50%). CS sebanyak 1 responden (5,6%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan kelima, karyawan tidak pernah meyalahgunakan wewenang dalam melaksanakan pekerjaan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 4 responden (22,2%), S sebanyak 13 responden (72,2%). CS sebanyak 1 responden (5,6%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

d. Kepuasan Pelanggan

Tabel: 4.6 Hasil Gaya Kepemimpinan

No.	Pertanyaan	Tanggapan									
		SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%
1.	Ketepatan dalam melaksanakan janji pesanan kepada pelanggan	6	33,3	11	61,1	1	5,6	1	5,6	0	0
2.	Memberikan layanan yang cepat dan akurat kepada pelanggan	5	27,8	12	66,7	1	5,6	0	0	0	0
3.	Selalu siap dalam Menghadapi keluhan pelanggan	16	33,3	11	61,1	1	5,6	0	0	0	0
4.	Fasilitas dan pelayanan yang disediakan aman dan nyaman bagi pelanggan	8	44,4	9	50	1	5,6	0	0	0	0
5.	Harga pelayanan yang diterapkan sesuai dengan kemampuan pelanggan	3	16,7	11	61,1	3	16,7	1	5,6	0	0
6.	Karyawan mempunyai skil dan pengetahuan dalam	6	33,3	11	61,1	1	5,6	0	0	0	0

menjalankan
tugasnya
sehingga
mampu
melayani
pelanggan
dengan baik.

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Tabel 4.6 mengindikasikan pada ketepatan dalam melaksanakan janji pesanan kepada pelanggan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 6 responden (33,3%), S 11 responden (61,1%), CS 1 responden (5,6%), TS 0 responden (0%), dan STS 0 (0%).

Pernyataan kedua, Memberikan layanan yang cepat dan akurat kepada pelanggan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 5 responden (27,8%), S sebanyak 12 responden (66,7%). CS sebanyak 1 responden (5,6%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan ketiga, Selalu siap dalam Menghadapi keluhan pelanggan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 6 responden (33,3%), S sebanyak 11 responden (61,1%). CS sebanyak 1 responden (5,6%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan keempat, Fasilitas dan pelayanan yang disediakan aman dan nyaman bagi pelanggan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 8 responden (44,4%), S sebanyak 9 responden (50%). CS sebanyak 1 responden (5,6%), TS sebanyak 0 responden (0%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pernyataan kelima, Harga pelayanan yang diterapkan sesuai dengan kemampuan pelanggan. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 3 responden (16,7%), S sebanyak 11 responden (61,1%). CS sebanyak 3 responden (16,7%), TS sebanyak 1 responden (5,6%), STS sebanyak 0 responden (0%).

Pertanyaan keenam, Karyawan mempunyai skill dan pengetahuan dalam menjalankan tugasnya sehingga mampu melayani pelanggan dengan baik. Responden memberikan tanggapan SS sebanyak 6 responden (33,3%), S sebanyak 11 responden (61,1%). CS sebanyak 1 responden (5,6%), TS sebanyak 1 responden (5,6%), STS sebanyak 0 responden (0%).

5. Metode dan Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono uji validitas merupakan hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti.²⁹ Layaknya suatu item pernyataan dibuktikan dengan r_{hitung} yang memiliki nilai lebih besar dari r_{tabel} yang ditentukan berdasarkan taraf signifikan 5% dengan $df (n-2) = 16$. Berikut hasil uji validitas dengan program SPSS:

²⁹ Jennifer Olivia, Sylvie Nurfebiaraning “Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik” Terhadap Respon Afektif Khalayak” Vol. 7 No. 1(Januari-Juni 2019 Hal. 20)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Gaya Kepemimpinan(X1)	X1.1	0,572	0,497	Valid
	X1.2	0,690	0,497	Valid
	X1.3	0,580	0,497	Valid
	X1.4	0,690	0,497	Valid
	X1.5	0,580	0,497	Valid
	X1.6	0,601	0,497	Valid
Komunikasi (X2)	X2.1	0,676	0,497	Valid
	X2.2	0,700	0,497	Valid
	X2.3	0,913	0,497	Valid
	X2.4	0,888	0,497	Valid
Motivasi Kerja Karyawan (X3)	X3.1	0,815	0,497	Valid
	X3.2	0,756	0,497	Valid
	X3.3	0,740	0,497	Valid
	X3.4	0,916	0,497	Valid
	X3.5	0,714	0,497	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,674	0,497	Valid
	Y1.2	0,760	0,497	Valid
	Y1.3	0,635	0,497	Valid
	Y1.4	0,759	0,497	Valid
	Y1.5	0,697	0,497	Valid
	Y1.6	0,829	0,497	Valid

Sumber: Data Diolah di SPSS versi 27, 2023

Sesuai data pada tabel 4.7 dapat dinyatakan setiap item pernyataan yang digunakan dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut penelitian Dewi & Sudaryanto yang menyatakan uji reliabilitas suatu instrumen penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak. Pada uji reliabilitas menggunakan analisis *Alpha Cronbach* jika nilai *Alpha Cronbach* menunjukkan angka $>0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur.³⁰

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Gaya Kepemimpinan (XI)	0,663	Reliabel
Komunikasi (X2)	0,797	Reliabel
Motivasi Kerja Karyawan (X3)	0,847	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,814	Reliabel

Sumber: Data Diolah di SPSS versi 27, 2023

Tabel 4.8 mengindikasikan nilai *Cronbach Alpha* Gaya Kepemimpinan (XI), Komunikasi (X2), Motivasi Kerja Karyawan (X3), dan Kepuasan Pelanggan (Y) lebih besar dari 0,60 maka dianggap reliabel.

³⁰ Heny Puspasari1, Weni Puspita2 “ Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19” Volume 13, Nomor 1, 2022 Hal. 65-71

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Siregar). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* diolah dengan SPSS versi 27.³¹ Pengambilan kesimpulan hasil uji normalitas dapat dilihat:

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dinyatakan data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual
N	18
Monte Carlo Sig. (-tailed) ^e	0,846

Sumber: Data Diolah di SPSS versi 27, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan $0,846 > 0,05$. maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

³¹ Satria Artha Pratama dan Rita Intan Permatasari “pengaruh penerapan standar operasional prosedur dan kompetensi terhadap produktivitas kerja karyawan divisi ekspor pt. Dua kuda indonesia” VOL.11, NO. 1, Januari 2021 Hal. 43

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal*. Variabel *orthogonal* adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.³²

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Gaya Kepemimpinan	.561	1.783
Komunikasi	.337	2.968
Motivasi Kerja Karyawan	.281	3.554

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil tabel 4.10 dapat diketahui bahwa tidak ada masalah multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai VIF untuk ketiga variabel independen < 10 dan nilai tolerance $> 0,1$ yang dapat disimpulkan bahwa dari data diatas tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi tingkat keeratan suatu hubungan, asumsi ini dedefinisikan sebagai terjadinya korelasi diantara dua pengamatan, dimana munculnya suatu data dipengaruhi oleh data sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Durbin-*

³² Firsti Zakia Indri, Gerry Hamdani Putra “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020” Jurnal Jimek Vol 2 No. 2 (Juli 2022) Hal. -17

Watson (DW test) untuk mengetahui ada tidaknya *problem* autokorelasi dalam model regresi³³.

Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi

D	DI	Du	4-dl	4-du
2.358	0.8572	1.7277	3.1428	2.2723

a. predictors: (constant), Motivasi KerjaKaryawan, Gaya Kepemimpinan, Komunikasi

b. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa $du < d < 4-du = 1.7277 < 2.358 < 2.2723$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

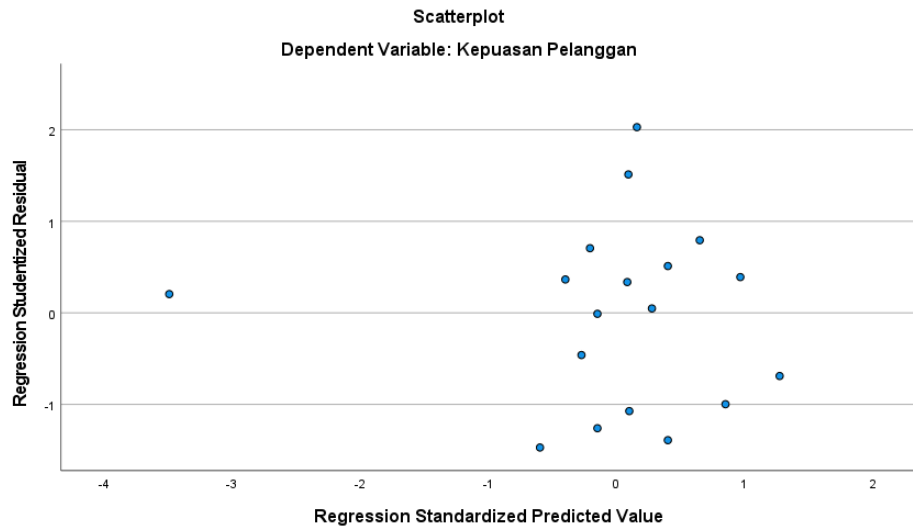
4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan atau ketidaksamaan *variance*. Model regresi yang baik yaitu yang homokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu standardized predictor (ZPRED) dengan residualnya student residual (SRESID).³⁴

³³ Siti Magfiroh, Agus Sunarmo, Dona Primasari “Profesional Audit Dan Etika Kerja Terhadap Tindakan Whistleblowing” Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi 16(2), 2018 Hal.108

³⁴ Dadan Sabrudin, Euphrasia Susy Suhendra “Dampak Akuntabilitas, Transparansi Dan Profesionalisme Paedagogik Terhadap Kinerja Guru Di Smkn 21 Jakarta” Jurnal Nusamba Vol.4 No.1 April 2019 Hal. 45

Tabel: 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah di SPSSversi 27,2023

Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS dari diagram tersebut menunjukkan bahwa titik-titik (yang menggambarkan data) menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan suatu proses statistik untuk mengestimasi hubungan antara variabel-variabel, yakni berupa teknik-teknik memodelkan dan melakukan analisis beberapa variabel atas dasar bentuk hubungan antara satu variabel tak bebas dan satu atau lebih variabel bebas (predictor Amstrong).³⁵

³⁵ Hasan Basri "Pemodelan Regresi Berganda Untuk Data Dalam Studi Kecerdasan Emosional" Volume 12, N0. 2, Desember 2018 Hal.103

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	11.569	4.376	
	Gaya Kepemimpinan	-.266	.220	-.251
	Komunikasi	1.068	.340	.844
	Motivasi Kerja Karyawan	.124	.329	.110

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi bentuk standard adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,569 + (-0,266)X_1 + 0,1068X_2 + 0,124X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai B constant sebesar 11,569 menyatakan bahwa, apabila variabel gaya kepemimpinan, komunikasi, motivasi dan kerja karyawan konstan atau 0, maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 11,569 satuan.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel gaya kepemimpinan sebesar - 0,266 bernilai negatif mempunyai arti bahwa jika komunikasi turun sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan menurun sebesar - 0,266 satuan.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel komunikasi sebesar 0,1068 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika komunikasi naik sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,1068 satuan.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel motivasi kerja karyawan sebesar 0,124 bernilai positif mempunyai arti bahwa jika motivasi kerja karyawan naik

sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,124 satuan.

e. Uji Hipotesis

1) Uji T (Parsial)

Uji T merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X1, X2, dan X3) secara individual mempengaruhi variabel dependent Y.

Tabel 4.14 Hasil Uji T

Variabel	t_{hitung}	Sig.	Keterangan
Gaya Kepemimpinan	1.269	0,223	H1 Ditolak H0 Diterima
Komunikasi	5.161	0,01	H1 Diterima H0 Ditolak
Motivasi Kerja Karyawan	3.250	0,05	H1 Diterima H0 Ditolak

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan dari hasil uji-t yang didapat, maka dapat dilakukan pengujian sebagai berikut :

1) Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai uji – t antara Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh t_{hitung} sebesar 1.269 dengan sig. 0,223. Nilai sig. uji – t yang lebih besar ($<$) dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan ditolaknya hipotesis yang menyatakan gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian ini bisa diartikan bahwa gaya

kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai uji – t antara Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh t_{hitung} sebesar 5.161 dengan sig. 0,01. Nilai sig. uji – t yang lebih kecil ($<$) dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan Komunikasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian ini bisa diartikan apabila Komunikasi semakin meningkat maka akan dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

3) Pengaruh Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai uji – t antara Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh t_{hitung} sebesar 3.250 dengan sig. 0,05. Nilai sig. uji – t yang lebih kecil ($<$) dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan motivasi kerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian ini bisa diartikan apabila motivasi kerja karyawan semakin meningkat maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2). Uji F

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a) H_0 diterima, H_a ditolak bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan atau $Sig > 0,05$
- b) H_0 di tolak, H_a diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan atau $Sig < 0,05$.³⁶

Tabel 4.15 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77.954	3	25.985	9.084	.001 ^b
	Residual	40.046	14	2.860		
	Total	118.000	17			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja Karyawan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Syarat penerimaan hipotesis yaitu apabila nilai $sig. \leq 0,05$ maka hipotesis diterima, sedangkan apabila $sig. > 0,05$ maka hipotesis ditolak. Hasil uji – F sebesar 9.084 dengan $sig. 0,001$. Nilai $sig.$ uji – F yang lebih kecil ($<$) dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3). Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi digunakan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya gaya kepemimpinan (X_1), komunikasi (X_2), dan motivasi kerja karyawan (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan(Y).

³⁶ Sulisty Wardani P dan Rita Intan Permatasari “Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang” Vol.12, No. 1, Januari 2022 Hal. 23

Tabel. 4.16 Hasil Uji determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.661	.588	1.691

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja Karyawan

Sumber : Data primer diolah, 2023

Persamaan regresi menunjukkan nilai *adjusted R²* sebesar 0.588 atau 58,8%. Hal tersebut berarti 58,8% perubahan Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan. sementara 41,2% kepuasan pelanggan dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar gaya kepemimpinan, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji T yang menunjukkan gaya kepemimpinan diperoleh nilai signifikan sebesar $0,223 > 0,05$ dengan demikian disimpulkan bahwa bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian H1 ditolak H0 diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Livia Chandra Tjiang dan Devie yang mengemukakan bahwa Pengaruh tidak langsung gaya kepemimpinan terhadap kepuasan pelanggan, baik melalui inovasi dan kinerja keuangan memiliki nilai yang lebih kecil dibandingkan dengan

pengaruh langsung dari gaya kepemimpinan terhadap kepuasan pelanggan.

37

Moejiono mengatakan kepemimpinan merupakan pengaruh satu arah, karena pemimpin mungkin memiliki kualitas-kualitas tertentu yang membedakan dirinya dengan pengikutnya. Para ahli teori sukarela (*compliance induction theorist*) cenderung memandang kepemimpinan sebagai pemaksaan atau pendesakan pengaruh secara tidak langsung dan sarana membentuk suatu kelompok yang sesuai dengan keinginan pimpinannya.³⁸

Dari uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa apabila pelaksanaan gaya kepemimpinan dilakukan dengan tidak baik, maka tingkat gaya kepemimpinan akan menurun terhadap kepuasan pelanggan, yang akan mengakibatkan kurangnya pelanggan yang akan datang.

2. Pengaruh Komunikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji T yang menunjukkan komunikasi diperoleh nilai signifikan sebesar $0,01 < 0,05$ dengan demikian disimpulkan bahwa komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka H_1 diterima H_0 ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Eden Benedica yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan nilai pengaruh komunikasi interpersonal

³⁷ Livia Chandra Tjiang dan Devie “Engaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Keuangan Melalui Inovasi Dan Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Retail Di Surabaya” Vol. 4, No. 1, Januari 2016 Hal. 433.

³⁸ Novi V “Pengertian dan Macam-macam Teori Kepemimpinan” Desember 2022 Hal. 38

terhadap kepuasan pelanggan sebesar 79,9% dibandingkan dengan pengaruh dari faktor lain sebesar 20,1%.³⁹

Hal ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2009) bahwa pendekatan yang profesional, keterampilan interpersonal yang baik, kemampuan berkomunikasi, sikap yang positif, pengetahuan produk yang baik, dan faktor senyuman, dapat berperan pada suatu citra dan tingkat kepuasan konsumen yang selanjutnya menjadi pendorong kereliasan konsumen dengan perusahaan.⁴⁰

Dari uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa apabila pelaksanaan komunikasi dilakukan dengan baik, maka tingkat komunikasi akan meningkat terhadap kepuasan pelanggan, yang akan mengakibatkan meningkatnya pelanggan yang akan datang.

3. Pengaruh Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji T yang menunjukkan motivasi kerja karyawan terhadap diperoleh nilai signifikan sebesar $0,05 < 0,05$ dengan demikian disimpulkan bahwa bahwa motivasi kerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Maka H1 diterima H0 ditolak.

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

³⁹ Eden Benedica “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan Department Store Matahari Cabang Rawamangun Jakart “ Volume 12, Nomor 3, November 2019: 198-204

⁴⁰ Enggarayu Weningtyas, Miftahun Ni'mah Suseno “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” 17 Psikologika Volume 17 Nomor 1 Tahun 2012 Hal. 22

mencapai tujuan suatu organisasi. Sikap positif dan pemikiran positif dalam tim mendukung tim untuk mencapai kinerja terbaik (Mangkunegara, 2014).⁴¹

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abdul Muis yang menyatakan Motivasi kerja memberi pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.⁴²

Dari uraian tersebut dapat dinyatakan bahwa apabila pelaksanaan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan baik, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat terhadap kepuasan pelanggan, yang akan mengakibatkan meningkatnya karyawan akan nyaman bekerja pada perusahaan.

⁴¹ Dita Jatra Utari “Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam “ Tahun 2022 Hal. 07

⁴² Abdul Muis “Pengaruh Disiplin Kerja Karyawan Dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Graha Service Indonesia” Volume 4 Nomor 2 Agustus Desember 2017 Hal. 287 295

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan melalui pembuktian hipotesis yang telah diuraikan pada BAB sebelumnya mengenai Pengaruh gaya kepemimpinan, komunikasi, motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan, adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Hasil uji hipotesis secara parsial disimpulkan bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Percetakan Amy Sebesar $0,223 > 0,05$. Menunjukkan ditolaknya hipotesis yang menyatakan gaya kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan hasil pengujian ini bisa diartikan bahwa gaya kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Livia Chandra Tjiang dan Devie yang mengemukakan bahwa Pengaruh tidak langsung gaya kepemimpinan terhadap kepuasan pelanggan, baik melalui inovasi dan kinerja keuangan memiliki nilai yang lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh langsung dari gaya kepemimpinan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial disimpulkan bahwa komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy. sebesar $0,01 > 0,05$. Menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Hasil pengujian ini bisa diartikan apabila komunikasi semakin meningkat maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Eden Benedica yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan nilai pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan sebesar 79,9% dibandingkan dengan pengaruh dari faktor lain sebesar 20,1%.

3. Hasil uji hipotesis secara parsial disimpulkan bahwa motivasi kerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan percetakan amy Sebesar $0,05 > 0,05$ menunjukkan diterimanya hipotesis yang menyatakan motivasi kerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil pengujian ini bisa diartikan apabila motivasi kerja karyawan semakin meningkat maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abdul Muis yang menyatakan Motivasi kerja memberi pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan

Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan pengaruh bersama gaya kepemimpinan, komunikasi dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Hal tersebut berarti 58,8% perubahan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh gaya pemimpin, komunikasi, dan motivasi kerja karyawan. Dan sisanya 41,2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka penelitian memberikan saran yaitu:

1. Penelitian ini dapat menambah variabel lain guna memberikan hasil penelitian yang lebih rinci, luas, dan spesifik, karena dalam penelitian ini ditemukan beberapa faktor lainnya yang dapat mempengaruhi seperti komunikasi dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Penelitian ini dapat juga mengkaji ulang lagi pengaruh gaya kepemimpinan, komunikasi dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan dengan indikator lainnya guna memberikan gambaran yang lebih baik dan akurat.
3. Untuk penelitian berikutnya, diharapkan meneliti lebih banyak komunikasi dan memasukkan lebih banyak variabel-variabel yang mempengaruhi gaya kepemimpinan komunikasi dan motivasi kerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga nantinya akan lebih banyak informasi yang didapat mengenai pengaruh dari kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muis “Pengaruh Disiplin Kerja Karyawan Dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Graha Service Indonesia” Volume 4 Nomor 2 Agustus Desember 2017 Hal. 287 295
- Ade Eraf Yusuf, ”Dampak Motivasi Terhadap Peningkatan Kinera Individu” Vol.5 No. 1 April 2014 494-500
- Anggie warsito “Indikator Kepuasan Pelanggan dan Metode untuk Mengukurnya” (01 Jun 2022)
- Anwar Hidayat “Uji Normalitas dan Metode Perhitungan (Penjelasan Lengkap)” (2012)
- Belajar Data Science di Rumah, “4 Perbedaan Data Sekunder & Data Primer dalam Analisis Data” (05-April-2022) Volume 4 series 5
- Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen, “Metode Penelitian Kuantitatif”, Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, Dan Riza Bahtiar SulistyanJl. Gatot Subroto No. 4, Karang Sari, Kec. Sukodono, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur. (2021) Hal. 10
- Coki Siadari “Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli “ (Tuesday, January 29, 2019)
- Coki Siadari “Pengertian Motivasi Kerja Menurut Para Ahli “ (Wednesday, February 6, 2019)
- Dadan Sabrudin, Euphrasia Susy Suhendra “Dampak Akuntabilitas, Transparansi Dan Profesionalisme Paedagogik Terhadap Kinerja Guru Di Smkn 21 Jakarta” Jurnal Nusamba Vol.4 No.1 April 2019 Hal. 45
- Deepublish store. “Teori Kepemimpinan” Yusuf Abdhul (2021)
- Deni Candra Purba, Victor P.K Lengkong dan Sjendry Loindong :” Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja, Motivasi Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Umum Percetakan Negara Republik Indonesia Cabang Manado” Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 841 – 850
- Dita Jatra Utari “Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pencapaian Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Ekonomi Islam “ Tahun 2022 Hal. 07

Dr. Meiryani, “Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear” Artikel
12 Aug 2021

Eden Benedica “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan Department Store Matahari Cabang Rawamangun Jakart “
Volume 12, Nomor 3, November 2019: 198-204

Enggarayu Weningtyas, Miftahun Ni'mah Suseno “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” 17 Psikologika Volume 17 Nomor 1 Tahun 2012 Hal. 22

Firsti Zakia Indri, Gerry Hamdani Putra “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020” Jurnal Jimek Vol 2 No. 2 (Juli 2022) Hal. -17

Hasan Basri “Pemodelan Regresi Berganda Untuk Data Dalam Studi Kecerdasan Emosional” Volume 12, N0. 2, Desember 2018 Hal.103

Heni Rohaeni, Nisa Marwa “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” Universitas BSI, 2ASM BSI Bandung, (Tahun 2018) Hal : 313.

Heny Puspasari¹, Weni Puspita² “ Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19” Volume 13, Nomor 1, 2022 Hal. 65-71

Hj. Tati Nurhayati, “Hubungan Kepemimpinan Transformasional Dan Motivasi Kerja” (juli - Desember 2012) Hal, 78-79.

IHRAM.CO.ID, JAKARTA -- Dalam kitab at Targhib wat Tarhib menukil sebuah hadits: Andrian Saputra/ Redaktur : Agung Sasongko ((HR. Thabarani). (Selasa , 15 Feb 2022, 07:20 WIB)

Inspiera,” Teori Motivasi Kerja” (2020)

James A. F. Stoner “Proses Komunikasi dan Pengertiannya Menurut Para Ahli ” Liputan6.com (23 Jan 2019, 17:55 WIB)

Jennifer Olivia, Sylvie Nurfebiaraning “Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik” Terhadap Respon Afektif Khalayak” Vol. 7 No. 1(Januari-Juni 2019 Hal. 20)

- Jihan Suci Lestari, Umi Farida, Siti Chamidah “Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru” Vol. 1 No. 1 Desember 2019 Hal: 38 -55
- Jurnal Dinamika Manajemen, “Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan” Made Virma Permana Semarang, Indonesia, (September 2013) Hal. 116, 117, dan 118.
- Kartono “Teori, Indikator dan Jenis Gaya Kepemimpinan” Oleh Muchlisin Riadi, (April 07, 2019)
- Kementerian Agama Republic Indonesia. “Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahnya” Wahudi, Muhammad Sani. Halim Qur’an; (Kab. Bandung-Indonesia Tahun 2014) Hal : 453
- Kementerian Agama Republic Indonesia. “Al-Qur’an Al-Karim dan Terjemahnya” Wahudi, Muhammad Sani. Halim Qur’an; (Kab. Bandung-Indonesia 2014) Hal : 187
- Livia Chandra Tjiang dan Devie “Engaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Keuangan Melalui Inovasi Dan Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Retail Di Surabaya” Vol. 4, No. 1, Januari 2016 Hal. 433.
- Ni Wayan Eka Yanti Dan I Made Suasti Puja “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan UD. Wipra Print Karangasem”. (2021) Hal. 950-951
- Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sains Al Qur’an, “Pengaruh Motivasi Dan Kedisiplinan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja karyawan (Studi Empiris pada Industri Karoseri “Sakera” Magelang)” M. Trihudyatmanto (31 Desember 2016) Hal. 68
- Reza Raditya Eka Pranata “Pengaruh Kepemimpinan, Pelatihan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Percetakan Gramedia Cikarang” Jurnal EKSEKUTIF Volume 16 No. 2 Desember 2019 Hal : 331
- Riana Magdalena, Maria Angela Krisanti “Analisis Penyebab dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test di PT.Merck, Tbk.” Jurnal TEKNO (Civil Engineeering, Elektrical Engineeering and Industrial Engineering) Vol. 16, No : 1, April 2019 Hal. 37
- Ronald E. Riggi, “Empat Gaya Kepemimpinan”, (2018)

Satria Artha Pratama dan Rita Intan Permatasari “pengaruh penerapan standar operasional prosedur dan kompetensi terhadap produktivitas kerja karyawan divisi ekspor pt. Dua kuda indonesia” VOL.11, NO. 1, Januari 2021 Hal. 43

Sentot Iman Wahjono, “Perilaku Organisasi” Graha Ilmu, (Yogyakarta Tahun 2010”. Hal. 78-79

Serafica Gischa, “Observasi Pegertian Para Ahli”, Vanya Karunia Mulia Putri (2021)

Siti Magfiroh, Agus Sunarmo, Dona Primasari “Profesional Audit Dan Etika Kerja Terhadap Tindakan Whistleblowing” Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi 16(2), 2018 Hal.108

Sulistyo Wardani P dan Rita Intan Permatasari “Pengaruh Pengembangan Karier Dan Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Negeri Sipil (Pns) Staf Umum Bagian Pergudangan Penerbangan Angkatan Darat (Penerbad) Di Tangerang” Vol.12, No. 1, Januari 2022 Hal. 23

Syafnidawaty “Apa Itu Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian” Universitas Raharja (November 2020)





Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

A. Identitas Responden

Nama :
Asal :
Umur :
Jenis Kelamin :

B. Kuesioner

Mohon untuk memberikan tanda centang (✓) pada setiap jawaban pertanyaan yang Anda pilih.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
CS : Cukup Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
A. Gaya Kepemimpinan						
1.	Pimpinan sering memberikan arahan pentingnya tugas dan tanggung jawab.					
2.	Menuntut karyawan melakukan apa yang di inginkan.					
3.	Pimpinan memberikan perhatian pada kenyamanan kerja bagi para karyawannya.					
4.	Pimpinan selalu mendorong bawahan untuk bekerja sesuai tanggung jawabnya.					
5.	Pimpinan selalu memberikan bonus jika karyawan mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik.					
6.	Pimpinan memberikan inspirasi agar karyawan semangat dalam melakukan pekerjaan					
B. Komunikasi						
1.	Karyawan selalu konsultasi dengan pimpinan mengenai masalah pekerjaan					

2. Penyampaian informasi pekerjaan oleh pimpinan sudah efektif kepada saya.
3. Diskusi antar karyawan dalam menemukan solusi permasalahan berjalan efektif.
4. Penyampaian informasi kepada pelanggan cukup efektif.

C. Motivasi Kerja Karyawan

1. Karyawan berusaha untuk menyelesaikan pekerjaan dengan penuh rasa tanggung jawab untuk mencapai hasil yang maksimal
2. Karyawan mampu bekerja dengan cepat tanpa mengurangi kualitas kerja.
3. Karyawan hadir di tempat kerja sesuai dengan waktu yang ditentukan.
4. Karyawan melakukan pekerjaan dengan professional
5. Karyawan tidak pernah meyalahgunakan wewenang dalam melaksanakan pekerjaan.

D. Kepuasan Pelanggan

1. Ketepatan dalam melaksanakan janji pesanan kepada pelanggan
 2. Memberikan layanan yang cepat dan akurat kepada pelanggan
 3. Selalu siap dalam Menghadapi keluhan pelanggan
 4. Fasilitas dan pelayanan yang disediakan aman dan nyaman bagi pelanggan
 5. Harga pelayanan yang diterapkan sesuai dengan kemampuan pelanggan
 6. Karyawan mempunyai skill dan pengetahuan dalam menjalankan tugasnya sehingga mampu melayani pelanggan dengan baik.
-

Lampiran 2 Tabulasi Data

Tabulasi Penelitian

No.	Gaya Kepemimpinan (X1)						X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1.	4	3	4	4	4	4	23
2.	4	4	5	5	5	5	28
3.	4	3	4	4	4	4	23
4.	4	3	3	4	4	3	21
5.	4	4	4	4	4	4	24
6.	4	4	5	5	5	4	27
7.	4	3	3	4	4	4	22
8.	4	5	4	5	5	5	28
9.	4	5	5	5	4	4	27
10.	4	2	4	5	3	5	23
11.	4	4	5	5	4	4	26
12.	4	5	4	4	3	4	24
13.	4	4	5	5	5	5	28
14.	4	4	4	5	4	5	26
15.	4	4	3	5	5	5	26
16.	4	2	5	4	4	4	23
17.	4	4	4	4	3	5	24
18.	4	4	4	4	5	5	26

No.	Komunikasi (X2)				X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1.	4	4	4	4	16
2.	4	4	5	5	18
3.	3	2	2	3	10
4.	4	4	4	4	16
5.	4	4	4	4	16
6.	4	4	4	4	16
7.	4	3	4	4	15
8.	4	5	4	5	18
9.	5	4	5	5	19
10.	5	3	4	4	16
11.	4	5	4	5	18
12.	5	4	5	5	19
13.	4	4	5	5	18
14.	5	4	4	4	17
15.	4	5	4	4	17
16.	4	4	4	4	16
17.	4	5	4	4	17
18.	5	4	5	5	19

No.	Motivasi Kerja Karyawan (X3)					X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1.	4	4	4	4	4	20
2.	5	4	5	5	4	23
3.	3	3	2	3	3	14
4.	4	4	4	4	4	20
5.	4	4	4	4	4	20
6.	5	5	4	5	4	23
7.	4	4	4	4	4	20
8.	4	5	5	5	4	23
9.	4	4	4	4	4	20
10.	4	3	4	4	4	19
11.	5	5	4	5	4	23
12.	5	4	4	5	5	23
13.	5	4	4	5	5	23
14.	5	5	4	5	5	24
15.	4	5	4	4	5	22
16.	4	4	4	4	4	20
17.	5	4	4	4	4	21
18.	4	4	5	5	4	22

No.	Kepuasan Pelanggan (Y)						Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1.	5	4	4	4	4	4	25
2.	4	4	5	4	4	5	26
3.	3	3	3	3	3	3	18
4.	4	4	4	4	4	4	24
5.	4	4	4	4	4	4	24
6.	4	4	4	4	2	4	22
7.	4	4	4	5	4	4	25
8.	4	4	4	4	4	4	24
9.	5	4	5	4	4	4	26
10.	4	5	5	5	3	4	26
11.	5	5	5	4	4	5	28
12.	4	5	4	5	4	5	27
13.	5	4	4	5	5	4	27
14.	4	4	5	5	4	4	26
15.	5	4	4	5	5	5	28
16.	4	4	4	4	3	4	23
17.	4	5	5	5	5	5	29
18.	5	5	4	5	4	5	28

Gaya Kepemimpinan

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	Total
X01	Pearson Correlation	1	.388	.314	.100	.024	.346	.572*
	Sig. (2-tailed)		.112	.205	.694	.924	.159	.013
	N	18	18	18	18	18	18	18
X02	Pearson Correlation	.388	1	.170	.319	.263	.210	.690**
	Sig. (2-tailed)	.112		.499	.196	.291	.402	.002
	N	18	18	18	18	18	18	18
X03	Pearson Correlation	.314	.170	1	.404	.176	.114	.580*
	Sig. (2-tailed)	.205	.499		.096	.484	.652	.012
	N	18	18	18	18	18	18	18
X04	Pearson Correlation	.100	.319	.404	1	.404	.470*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.694	.196	.096		.096	.049	.002
	N	18	18	18	18	18	18	18
X05	Pearson Correlation	.024	.263	.176	.404	1	.251	.580*
	Sig. (2-tailed)	.924	.291	.484	.096		.315	.012
	N	18	18	18	18	18	18	18
X06	Pearson Correlation	.346	.210	.114	.470*	.251	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.159	.402	.652	.049	.315		.008
	N	18	18	18	18	18	18	18
Total	Pearson Correlation	.572*	.690**	.580*	.690**	.580*	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.002	.012	.002	.012	.008	
	N	18	18	18	18	18	18	18

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Komunikasi

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05
X01	Pearson Correlation	1	.140	.657**	.482*	.676**
	Sig. (2-tailed)		.580	.003	.043	.002
	N	18	18	18	18	18
X02	Pearson Correlation	.140	1	.434	.516*	.700**
	Sig. (2-tailed)	.580		.072	.028	.001
	N	18	18	18	18	18
X03	Pearson Correlation	.657**	.434	1	.840**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.003	.072		.000	.000
	N	18	18	18	18	18
X04	Pearson Correlation	.482*	.516*	.840**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.043	.028	.000		.000
	N	18	18	18	18	18
X05	Pearson Correlation	.676**	.700**	.913**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000	
	N	18	18	18	18	18

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Motivasi Kerja Karyawan

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06
X01	Pearson Correlation	1	.480*	.413	.760**	.577*	.815**
	Sig. (2-tailed)		.044	.088	.000	.012	.000
	N	18	18	18	18	18	18
X02	Pearson Correlation	.480*	1	.422	.600**	.462	.756**
	Sig. (2-tailed)	.044		.081	.008	.053	.000
	N	18	18	18	18	18	18
X03	Pearson Correlation	.413	.422	1	.698**	.328	.740**
	Sig. (2-tailed)	.088	.081		.001	.184	.000
	N	18	18	18	18	18	18
X04	Pearson Correlation	.760**	.600**	.698**	1	.533*	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.001		.023	.000
	N	18	18	18	18	18	18
X05	Pearson Correlation	.577*	.462	.328	.533*	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.012	.053	.184	.023		.001
	N	18	18	18	18	18	18
X06	Pearson Correlation	.815**	.756**	.740**	.916**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	18	18	18	18	18	18

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Kepuasan Pelanggan

Correlations

		X001	X002	X003	X004	X005	X006	X007
X001	Pearson Correlation	1	.353	.287	.346	.480*	.465	.674**
	Sig. (2-tailed)		.151	.248	.159	.044	.052	.002
	N	18	18	18	18	18	18	18
X002	Pearson Correlation	.353	1	.539*	.608**	.204	.726**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.151		.021	.007	.416	.001	.000
	N	18	18	18	18	18	18	18
X003	Pearson Correlation	.287	.539*	1	.346	.210	.465	.635**
	Sig. (2-tailed)	.248	.021		.159	.403	.052	.005
	N	18	18	18	18	18	18	18
X004	Pearson Correlation	.346	.608**	.346	1	.482*	.515*	.759**
	Sig. (2-tailed)	.159	.007	.159		.043	.029	.000
	N	18	18	18	18	18	18	18
X005	Pearson Correlation	.480*	.204	.210	.482*	1	.480*	.697**
	Sig. (2-tailed)	.044	.416	.403	.043		.044	.001
	N	18	18	18	18	18	18	18
X006	Pearson Correlation	.465	.726**	.465	.515*	.480*	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.052	.001	.052	.029	.044		.000
	N	18	18	18	18	18	18	18
X007	Pearson Correlation	.674**	.760**	.635**	.759**	.697**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.005	.000	.001	.000	
	N	18	18	18	18	18	18	18

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 3 Hasil Uji Realibilitas

Hasil Uji Realibilitas SPSS 27

Gaya Kepemimpinan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.663	6

Komunikasi

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.797	4

Motivasi Kerja Karyawan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.847	5

Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.814	6

Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas SPSS 27

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		18	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.53481741	
Most Extreme Differences	Absolute	.107	
	Positive	.092	
	Negative	-.107	
Test Statistic		.107	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.846	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.837
		Upper Bound	.856

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas SPSS 27

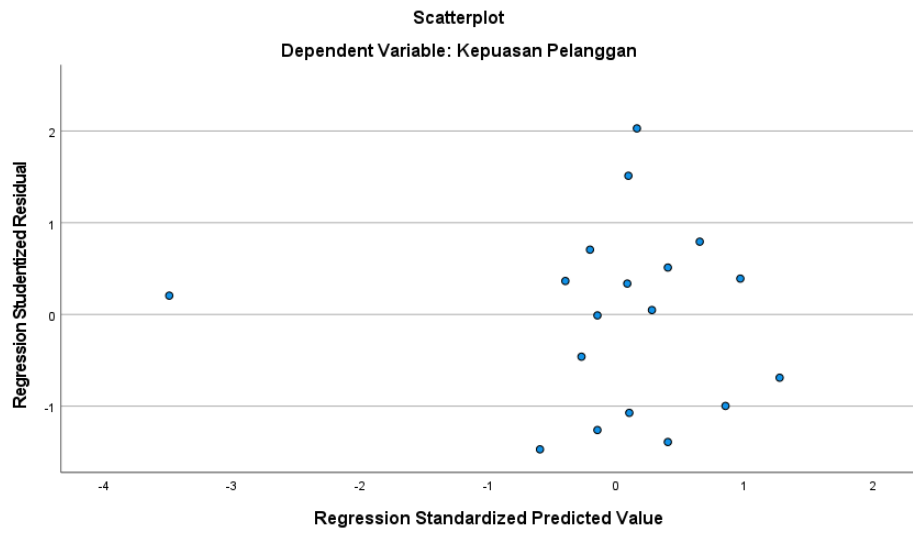
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	11.569	4.376		2.644	.019		
	Gaya Kepemimpinan	-.266	.220	-.251	-1.209	.247	.561	1.783
	Komunikasi	1.068	.340	.844	3.146	.007	.337	2.968
	Motivasi Kerja Karyawan	.124	.329	.110	.376	.712	.281	3.554

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan



Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas SPSS 27



Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda SPSS 27

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	11.569	4.376	
	Gaya Kepemimpinan	-.266	.220	-.251
	Komunikasi	1.068	.340	.844
	Motivasi Kerja Karyawan	.124	.329	.110

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 8 Hasil Uji T

Hasil Uji T SPSS 27

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	17.255	6.398		2.697	.016
	Gaya Kepemimpinan	.320	.252	.302	1.269	.223

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8.598	3.266		2.633	.018
	Komunikasi	1.001	.194	.790	5.161	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.400	4.622		2.250	.039
	Motivasi Kerja Karyawan	.707	.218	.631	3.250	.005

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Lampiran 9 Hasil Uji F

Hasil Uji F SPSS 27

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77.954	3	25.985	9.084	.001 ^b
	Residual	40.046	14	2.860		
	Total	118.000	17			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja Karyawan

Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi SPSS 27

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.661	.588	1.691

a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja Karyawan

Lampiran 11 Izin Penelitian

PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : J. K.H.M. Hasyim No.9 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpom : (0471) 326048

ASLI IZIN PENELITIAN
NOMOR : 532/IP/DPMPTSP/VI/2023

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2016 tentang Pemberian Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Penделegasi-an Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan yang Menjadi Lulusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan yang Menjadi Lulusan Pemerintah yang Diberikan, Peralihan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : MISDAWATI
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Permata Hijau Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 1904030094

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH GAYA KEPIMPINAN, KOMUNIKASI DAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERCETAKAN AMY

Lokasi Penelitian : PERCETAKAN AMY
Lamanya Penelitian : 10 Mei 2023 s.d. 10 Juni 2023

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaatl semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exampIar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bila mana pemegang izin ternyata tidak menaatl ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.


Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 11 Mei 2023
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP


ERICK K. SIAS S. SAS
Panghawal Palopo
NIP : 19890614 200701 1 005

Tembusan :

1. Kepala Badan Kelembagaan, Biro, Sub-Biro,
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 BWS
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Perencanaan dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kelembagaan Kota Palopo
7. Salinan arsip terpadat dilaksanakan penelitian

Lampiran 12 Kartu Kontrol



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telp: 085243175771
 Email: fabi@iainpalopo.ac.id Website: <https://ota.iainpalopo.ac.id/>

**KARTU KONTROL
SEMINAR HASIL SKRIPSI**

Nama : Mudawati
 NIM : 1804930094
 Prodi : Manajemen Bisnis Syariah


NO	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	Konis 5/10/2023	Khairunnisa Azzah	Pengaruh budaya dan tradisi agama Kongkawan Bi Kota Tolara dan nilai seni sebagai variabel pendukung	<i>S</i>	
2	Ekuisa 10/10/2023	A. Nurhidayah Tulik	Persepsi mahasiswa terhadap Padel Syariah (Studi Pada Masyarakat Desa Tangung Eze Pulo Pomore Kab Luwu)	Handa Satri	Online
3	Sawati 06/10/2023	Astira Rahman	Analisis Perencanaan Strategi Keuangan UMKM Sektor Garmen Pada Perumahan Runteng Cendekas Makassar	<i>L</i>	
4	Sani 03/10/2023	Mutiara	Pembelian Produk Judo Platform Wanita Online Saat Salogai Berhik Perumahan Biala biduk	<i>L</i>	
5	Kamis 06/10/2023	Sri Lasteni	Strategi Pemasaran Usaha Toko Dapur Kue Gambung Kecamatan Suli	<i>L</i>	
6					
7					
8					
9					
10					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

(Signature)
 Dr. Takdir S.H., M.H.
 NIP. 197907242003121002

NB.:
 - Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
 - Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.

Lampiran 13 Keterangan MBTA

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Agatis Balandi Telp. 0471-22076.
Website: <http://www.iainpalopo.ac.id/> / <http://febi-iainpalopo.ac.id/>


SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen penguji dan Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dan menulis al-Qur'an dengan kyuang/bek lancar *coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa.*


Nama : Misdawati
NIM : 1904030094
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui :
Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah


Muzayyanah Jabani, ST.,MM

Palopo, 31 Mei 2023
Dosen Penguji


Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy.,MA.Ek

Lampiran 14 Keterangan Lunas UKT

 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bittu Kota Palopo 91914 Telepon/HIP 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id, Website: https://febi.iainpalopo.ac.id/

SURATKETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Saepul, S.Ag., M. Pd. I
NIP : 19720715 200604 1 001
Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha
Unit Kerja : FEBI IAIN Palopo

menerangkan bahwa:

Nama : MISA VATI
NIM : 19 0403 0094
Semester/Prodi : VIII / MBS-c
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester I s/d VIII.

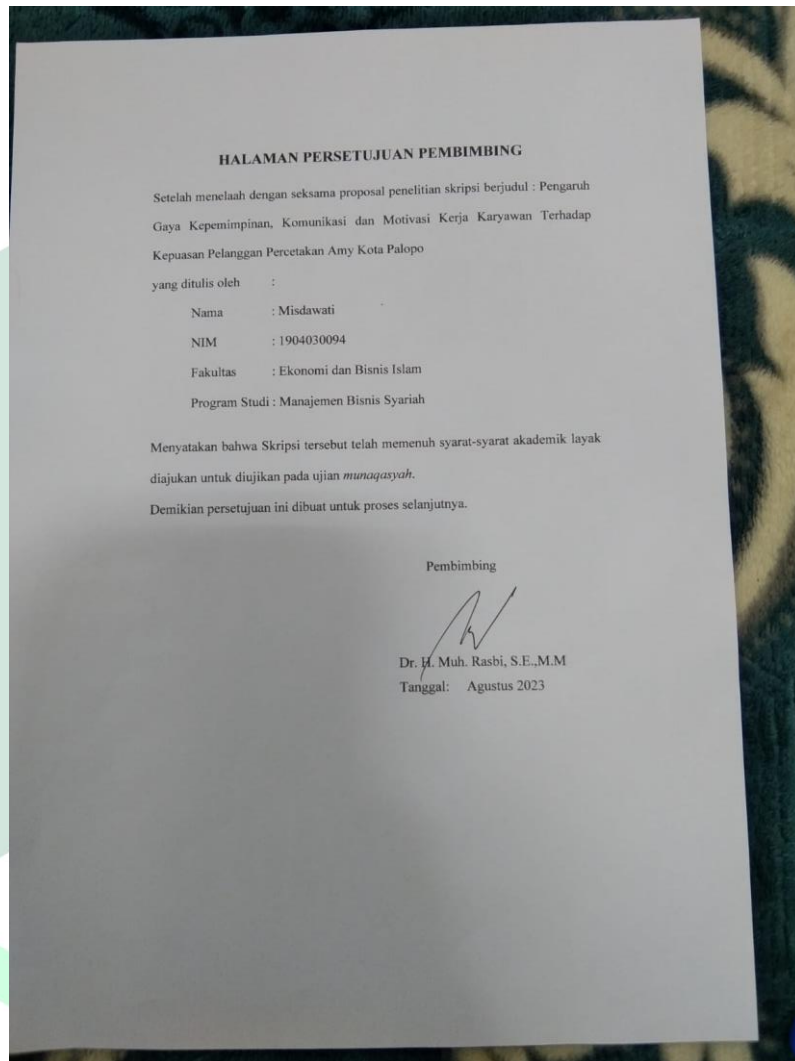
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 21 Juli 2023
an. Dekan
Kepala Bagian Tata Usaha

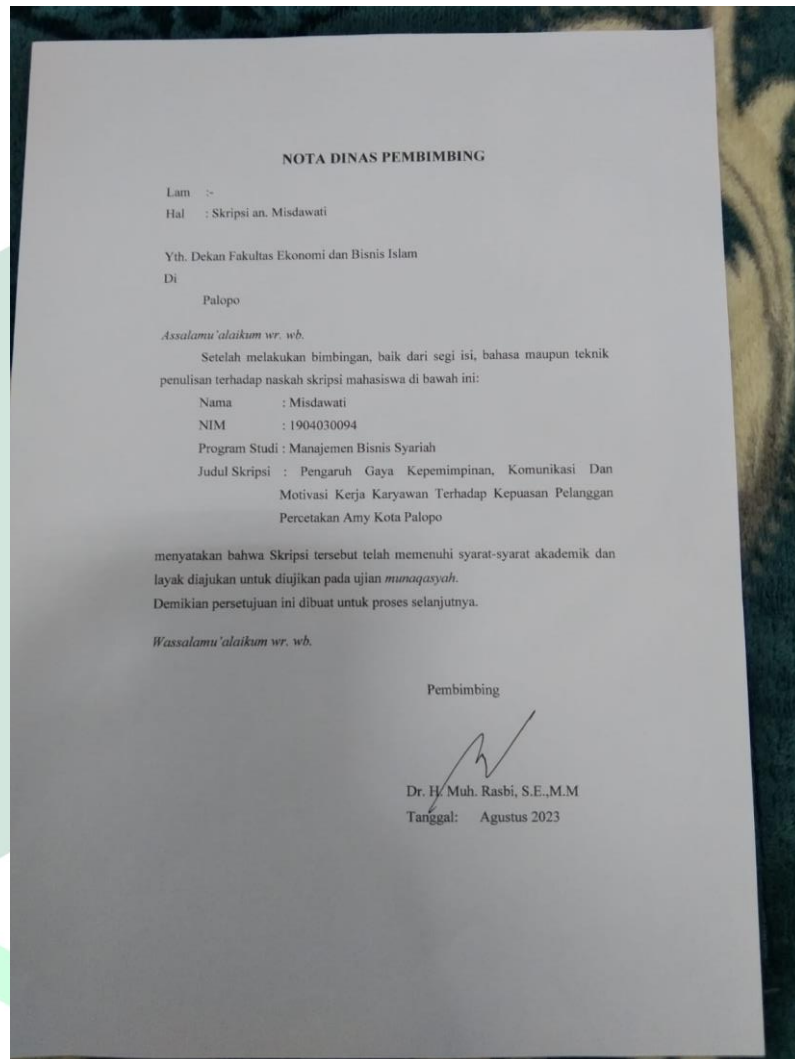
Saepul, S.Ag., M.Pd.I.
NIP 19720715 200604 1001



Lampiran 15 Persetujuan Pembimbing



Lampiran 16 Nota Dinas Pembimbing




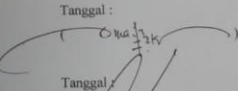



Lampiran 17 Persetujuan Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan AMY Kota Palopo yang ditulis oleh Misdawati Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Selasa, tanggal 01 Agustus 2023 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *manaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI (Ketua Sidang/Penguji)	() Tanggal :
2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I (Sekretaris Sidang/Penguji)	() Tanggal :
3. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I (Penguji I)	() Tanggal :
4. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si (Penguji II)	() Tanggal :
5. Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M (Pembimbing I/Penguji)	() Tanggal :

Lampiran 18 Nota Dinas Penguji

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lam :-
Hal : Skripsi an. Misdawati

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo



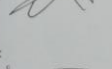
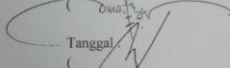

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Misdawati
NIM : 1904030094
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo
maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

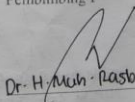
Wassalamu 'alaikum wr. wb.


1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI (Ketua Sidang/Penguji)	()
	Tanggal :
2. Dr. Fasiha, S.E.J.,M.E.I (Sekretaris Sidang/Penguji)	()
	Tanggal :
3. Dr. Fasiha, S.E.J.,M.E.I (Penguji I)	()
	Tanggal :
4. Jibriah Ratna Yasir, S.E.,M.Si (Penguji II)	()
	Tanggal :
5. Dr. H. Muh. Rasbi, S.E.,M.M (Pembimbing)	()
	Tanggal :

Lampiran 19 Buku Kontrol

Buku Kontrol Penulisan Skripsi 5
Konsultasi ke, I Hari Tanggal, 06 - Desember - 2022
Tahap Penulisan Proposal
Materi Konsultasi

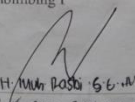
No.	Uraian
1	Kerangka dalam Pembuatan Proposal
2	paragraf
3	Kerangka Pitar
4	Rumusan Masalah
5	Tujuan Penelitian
6	
7	
8	
9	
10	


Pembimbing I

Dr. H. Muli Hasti, SE., M.M.
NIP. 19 6312 3119 9203 1009

 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Buku Kontrol Penulisan Skripsi 6
Konsultasi ke, II Hari Tanggal, 27 - Desember 2022
Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	variabel
2	Arit dan haffis
3	Penelitian terdahulu
4	Paragraf dan Sampel
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I

Dr. H. Muli Hasti, SE., M.M.
NIP. 19 6312 3119 9203 1009

 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

7

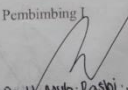
Buku Kontrol Penulisan Skripsi


Konsultasi ke, III Hari Tanggal, Senin, 09 Januari 2023

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Penambahan kerangka penulisan
2	Parasi awal dan hadits
3	Hipotesa
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I


 Dr. H. Muh. Rosbi, S.E., M.M
 NIP. 19 6312 3119 9203 1009


 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

8

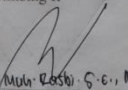
Buku Kontrol Penulisan Skripsi


Konsultasi ke, IV Hari Tanggal, 10 Januari 2023

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Pambaran Judul
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing II


 Dr. H. Muh. Rosbi, S.E., M.M
 NIP. 19 6312 3119 9203 1009


 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

9

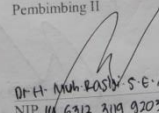
Buku Kontrol Penulisan Skripsi


Konsultasi ke, VI Hari Tanggal, 16 Januari 2023

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Daftar Isi
2	Halaman
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing II


 Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M.
 NIP. 19.6312.3119.9203.1009


 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

10

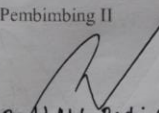
Buku Kontrol Penulisan Skripsi


Konsultasi ke, VII Hari Tanggal, 19 Maret 2023

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Hipotesis
2	Rumusan Masalah
3	Referensi dan Sumber
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing II


 Dr. H. Muh. Rasbi, S.E., M.M.
 NIP. 19.6312.3119.9203.1009


 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Lampiran 20 Sertifikat PBAK



Lampiran 21 Sertifikat Mahad Al - Jamiah



Lampiran 22 Nota Dinas Verifikasi

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp : 1 (Satu) Skripsi
Hal : Skripsi an. Misdawati

Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

Assalamu 'alaikum wr.wb

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Misdawati
NIM : 19 0403 0094
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Dan Motivasi Kerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Percetakan Amy Kota Palopo

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut.

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur Dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb

Tim Verifikasi

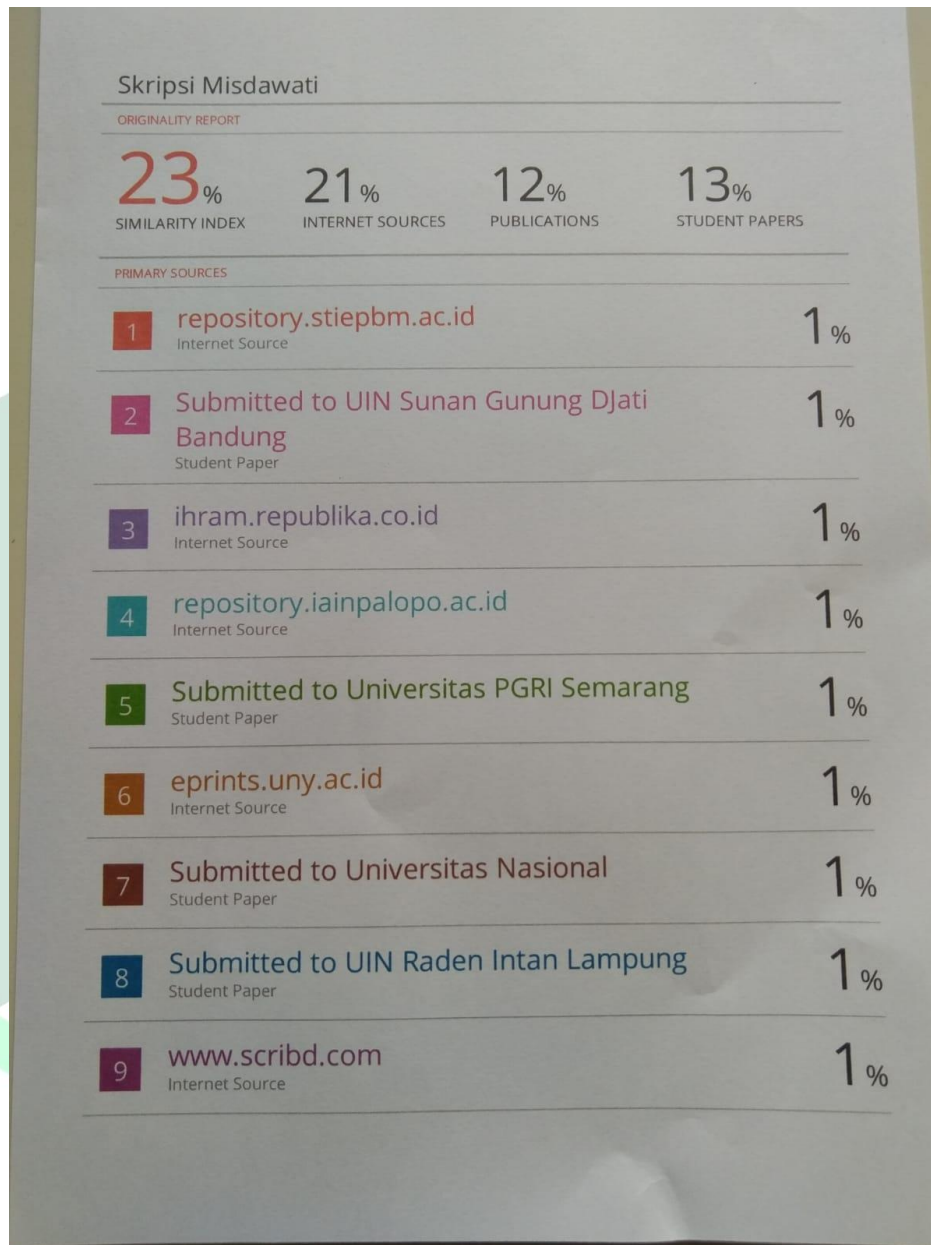
1. Edi Indra Setiawan. S.E.,M.M
Tanggal: 03 Agustus 2023

(.....)

2. Fadilla, S.AP
Tanggal: 08 Agustus 2023

(.....)

Lampiran 23 Hasil Turnitin



Lampiran 24 Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Misdawati, Lahir di Desa Simbula, Kecamatan Kato, Kabupaten Kolaka Utara, Provinsi Sulawesi Tenggara pada tanggal 02 Februari 2000. Penulis merupakan anak ke-2 dari 5 bersaudara dari pasangan Ayah bernama Abu Bakar dan Ibu Bernama Harnawati. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. Camar, Kecamatan

Bara Kota Palopo, pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2012 di SDN 1 Kato, kemudian pada tahun yang sama melanjutkan sekolah di SMP Haji Agussalim Kato dan selesai pada tahun 2015, kemudian melanjutkan pendidikan di SMAs Haji Agussalim Kato selesai pada tahun 2018. Selanjutnya menempuh pendidikan pada Tahun 2019 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo mengambil jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.