

ANALISIS MOTIVASI KERJA DAN SIKAP TENAGA TATA USAHA PADA KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN.

Oleh: Rachmatulaily
Dewi Sri Merdekawati

Fakultas Ekonomi Univesitas Ibn Khaldun Bogor, Indonesia

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*empathy*). Tenaga tata usaha memegang peranan penting sebagai pelaksana dalam kegiatan layanan, yang mampu menciptakan situasi layanan yang menyenangkan sesuai dengan potensi yang dimilikinya yang bersifat administrasi dalam menunjang kelancaran layanan, sehingga menghasilkan layanan yang produktif.

Tujuan penelitian terdiri dari (1) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (2) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap tenaga tata usaha terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (3) untuk mengetahui seberapa besar motivasi kerja dan sikap tenaga tata usaha terhadap kepuasan pelayanan pelanggan. Hasil penelitian : (1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi kerja (X_1) terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y) sebesar 0,415 dan derajat determinative sebesar 0,173, (2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sikap tenaga tata usaha (X_2) terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y), sebesar 0,421 dan derajat determinative sebesar 0,177, (3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi kerja (X_1) dan sikap tenaga tata usaha (X_2) terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y), sebesar 0,485, derajat determinative sebesar 0,235. Keyword : Motivasi, Sikap dan Pelayanan Pelanggan.

I. PENDAHULUAN

Kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan terhadap pelanggan lembaga memerlukan dukungan dalam mengevaluasi kinerja perusahaan untuk perbaikan pelayanan yang berkualitas. Adapun metode dalam mengevaluasi kualitas pelayanan terhadap pelanggan salah satunya yaitu dengan analisa tingkat kepuasan pelanggan, dimana hasil analisa ini akan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk perbaikan pelayanan yang lebih berkualitas.

Kemampuan, sikap yang profesional dengan berbagai kapasitasnya sebagai layanan memiliki kemampuan intelegensi, sikap, dan profesinya dalam bekerja. Secara sederhana kemampuan profesional ini ditunjukkan dengan kemampuan dalam menguasai pengetahuan tentang bidang kerja untuk memperkaya dan meremajakan pengetahuan yang dimilikinya.

Dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya seorang tenaga tata usaha harus mempunyai kemauan yang kuat dalam dirinya agar kinerjanya berdaya guna. Kemauan yang kuat untuk menciptakan suatu terobosan dalam bekerja merupakan motiv untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka penulis mencoba mendeskripsikan mengenai Analisa Motivasi Kerja dan Sikap Tenaga Tata Usaha Pada Kepuasan Pelayanan Pelanggan di Fakultas Ekonomi Universitas Ibn Khaldun Bogor.

A. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan pelayanan pelanggan di Fakultas Ekonomi Universitas Ibn Khaldun, (2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap tenaga tata usaha terhadap kepuasan pelayanan pelanggan di Fakultas Ekonomi Universitas Ibn Khaldun Bogor, (3) Untuk mengetahui seberapa besar motivasi kerja dan sikap tenaga tata usaha terhadap kepuasan pelayanan pelanggan di Fakultas Ekonomi Universitas Ibn Khaldun Bogor.

II. LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut kutipan (,,)Menurut Bothe

yang dikutip

dari Vanessa (2010) Sedangkan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan mengenai merek yang seharusnya berfungsi dengan evaluasi mengenai fungsi yang sesungguhnya, sehingga pelanggan akan merasa puas, tidak puas atau dalam keadaan netral (tidak merasa puas dan tidak merasa tidak puas) terhadap produk atau jasa dari perusahaan.

Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan, ada semacam consensus bahwa ekspektasi pelanggan (*customer expectation*) memainkan peran penting sebagai standar pembanding dalam mengevaluasi kualitas maupun

kepuasan. Faktor-faktor yang lebih spesifik yang mempengaruhi terbentuknya ekspektasi pelanggan adalah Tjiptono Fandy (2008:88) : (1) *Enduring service intensifiers* (2) *Personal needs* (3) *Transitory service intensifiers*, (4) *Perceived service alternatives*, (5) *Self perceived service roles*, (6) *Situational factors*, (7) *Explicit service promise*, (8) *Implicit service promises*, (9) *Word of mounth*, (10) *Past experiences*.

Terdapat lima dimensi kualitas jasa dalam mewujudkan layanan prima terhadap pelanggan diantaranya yaitu : (1) Berwujud (*Tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, (2) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, (3) Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas, (4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, (5) Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen Yamit (2010) Yamit (2010)

Berdasarkan uraian di atas maka kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

B. Motivasi Kerja

Motivasi merupakan rangkaian dorongan pada seseorang untuk melakukan tindakan guna mencapai tujuan yang diinginkan. Motivasi juga merupakan kondisi fisiologis dan psikologis yang terdapat dalam diri seseorang yang mengatur tindakannya

dengan cara tertentu. Motivasi merupakan proses membangkitkan, mengarahkan, dan memantapkan perilaku arah suatu tujuan.

Motivasi adalah suatu kondisi fisiologis dan psikologis yang terdapat pada diri seseorang yang dapat mendorongnya untuk mengerjakan pekerjaan tertentu agar terpenuhi kebutuhan akan tujuan. Sedangkan menurut Winardi (2004) motivasi berhubungan dengan pengarahannya perilaku, kekuatan reaksi (upaya kerja) setelah karyawan memutuskan arah tindakan-tindakan tertentu, persistensi perilaku atau berapa lama orang yang bersangkutan melanjutkan pelaksanaan perilaku dengan cara tertentu.

Motivasi merupakan kebutuhan dasar manusia, sebagai alat paku untuk mencapai pemenuhan kebutuhan. Sehubungan dengan kebutuhan manusia maka Maslow mengungkapkan bahwa kebutuhan dasar hidup manusia yang mendasari timbulnya motivasi terbagi atas lima tingkatan yaitu : kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan akan harga diri, dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Pendapat senada dikemukakan oleh Mc Clelland yang Cyril O'Donnell dan Heinz Weirich dikutip oleh Koontz, O' Donnell, dan Weirich (1996) mengelompokkan kebutuhan manusia ke dalam tiga macam kebutuhan yaitu: 1) kebutuhan untuk berprestasi, 2) kebutuhan untuk berkuasa, 3) kebutuhan untuk berafiliasi. Mc Clelland melukiskan timbulnya tingkah laku karena dipengaruhi oleh kebutuhan-kebutuhan yang ada dalam diri manusia. Kebutuhan-kebutuhan yang dikemukakan oleh Maslow, Mc Clelland diatas, mendorong (memotivasi) seseorang untuk melakukan berbagai aktivitas dan upaya pemenuhan kebutuhannya.

Motivasi kerja mempunyai beberapa dimensi, yaitu: (1) Interaksi kebijakan organisasi dengan indikator yang meliputi pemecahan kebutuhan sosiologis dan kondisi kerja, (2) Interaksi dengan lingkungan sosial yang mempunyai indikator perasaan aman,

pemenuhan kebutuhan sosial dan perasaan dihargai, (3) Penghayatan arti pekerjaan dengan indikator, tanggung jawab yang dialami pribadi dan pengetahuan tentang aktivitas.

Motivasi kerjanya tinggi akan ditandai dengan: (1) Menyukai tugas kantor yang menuntut tanggung jawab pribadi, (2) Mencari situasi dimana pekerjaan memperoleh umpan balik dengan segala balik dari pemimpin maupun teman sejawat, (3) Senang bekerja sendiri, sehingga kemampuan diri dapat dikedepankan, (4) Senang bersaing mengungguli prestasi bekerja orang lain, (5) Memiliki kemampuan menanggukuhkan pemuasan keinginan demi pekerjaan, (6) Tidak tergugah sekedar mendapat uang, status atau keuntungan lainnya menurut Hasibuan (2011)

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja merupakan usaha dasar untuk mempengaruhi atau tindakan seseorang agar mengarah pada kegiatan bekerja demi tercapainya suatu tujuan tertentu.

C. Sikap Tenaga Tata Usaha

Sikap adalah serentetan yang saling berhubungan yang ditimbulkan oleh rasa suka dan tidak suka, mendekati atau menghindari diri dari situasi tertentu, benda, orang, kelompok, dan lingkungan tertentu. Sikap ini dalam bahasa psikologi disebut "*attitude*". Sikap tidak dapat dikatakan sebagai suatu tindakan atau jawaban tertentu dari seseorang melainkan suatu abstraksi dari sekian banyak jawaban atau tindakan, yang saling berhubungan satu sama lainnya, yaitu antara komponen sikap yang satu dengan komponen sikap yang lainnya, seperti komponen kognitif, perasaan dan komponen kecenderungan untuk bergerak, yang kemudian berkembang terhadap berbagai macam objek dalam dunianya yang terorganisir kedalam sistem yang kuat. Jika sikap bila dikaitkan dengan fungsi layanan ia dapat membentuk dan memahami mereka.

Pemahaman sikap bagi pendidik merupakan salah tugas yang diemban, karena erat kaitannya dengan proses layanan .

Mar'at (2001:12) menguraikan tentang sikap, sikap merupakan produk dari proses sosialisasi dimana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsangan yang diterimanya. Jika sikap mengarah pada objek tertentu, berarti bahwa penyesuaian diri terhadap objek tersebut dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kesediaan untuk bereaksi dari orang tersebut terhadap objek.

Attitude merupakan suatu pandangan terhadap sesuatu berdasarkan pengalaman dan disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai pengalaman tersebut. Menurut Gerungan (2000) *attitude* adalah : “ sikap terhadap objek tertentu dan sikap pandangan merupakan obyek sikap perasaan yang disertai dengan kecenderungan untuk sesuai dengan sikap terhadap objek tersebut. Objek sikap bisa juga berupa lambang orang, cita-cita, norma dan sebagainya.

Sikap merupakan keadaan mental dan syaraf dari kesiapan seseorang yang diatur melalui pengalaman yang memberi pengaruh dinamik atau terarah terhadap respons yang bersangkutan pada semua objek dan situasi yang berkaitan dengannya menurut gerungan (2000). Sikap dapat digambarkan sebagai kesiapan seseorang dalam menanggapi dengan cara tertentu terhadap perangsang yang datang. Sikap juga memiliki komponen kognitif/pikiran, yang terdiri dari seluruh kognisi yang dimiliki seseorang mengobjek sikap tertentu-fakta, pengetahuan, dan keyakinan tentang objek, komponen afektif/perasaan, terdiri dari seluruh perasaan atau emosi seseorang terhadap objek terutama penilaian

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa sikap tenaga tata usaha merupakan salah satu aspek mental yang dapat menimbulkan pola-pola berpikir tertentu

pada setiap individu sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan tanggapan yang baik ataupun pemikiran, apeksi (perasaan), dan konasi / tindakan dari objek.

D. Kerangka Bepikir

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Motivasi menjadi daya pendorong untuk melaksanakan tugas-tugas yang diembannya secara baik. Motivasi kerja mempunyai hubungan yang kuat dengan pencapaian kinerja. Sedangkan sikap sebagai kecenderungan merespon sesuatu secara konsisten untuk mendukung atau tidak mendukung dengan memperhatikan objek tertentu.

Berdasarkan uraian di atas maka motivasi kerja dan sikap tenaga tatauusaha tercermin secara jelas pada perilaku pegawai dalam memberikan layanan kepada pelanggan dengan segala kemampuan dan keahliannya.

E. Hipotesis Penelitian

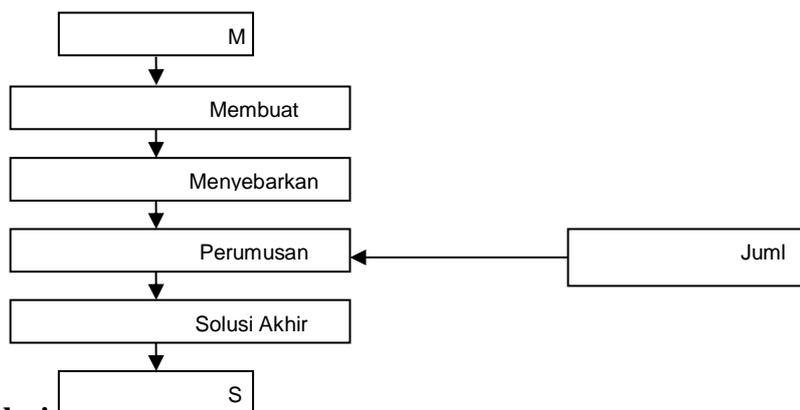
Berdasarkan uraian pada kerangka berpikir di atas, maka pada hipotesis penelitiannya adalah : (1) Terdapat pengaruh positif antara motivasi kerja terhadap kepuasan pelayanan pelanggan, (2) Terdapat pengaruh positif antara sikap tenaga tata usaha dapat

menggambarkan kepuasan pelayanan pelanggan, (3) Terdapat pengaruh positif antara motivasi kerja dan sikap tenaga tata usaha terhadap kepuasan pelayanan pelanggan.

F. METODOLOGI PENELITIAN

a. Metode Dan Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif, dengan pemecahan masalah yang ada pada saat ini. Desain penelitian sebagai berikut:



b. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah 30 orang dosen dari 3 program studi yang ada di Fakultas Ekonomi dan 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi. Total seluruh sampel berjumlah 60 orang.

c. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket atau kuesioner penelitian adalah instrumen yang digunakan untuk mendapat data primer dari para responden yang menjadi sampel penelitian. Penyusunan angket/kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan Skala Likert dengan 5 (lima) alternatif skor jawaban.

d. Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu motivasi kerja dan sikap tenaga tatauusaha serta satu variabel terikat yaitu kepuasan pelayanan pelanggan. Secara konseptual kepuasan pelayanan pelanggan diukur berdasarkan layanan yang diberikan oleh tenaga tatauusaha pada pelanggan yang merupakan perbandingan antara harapan mengenai pelayanan, sehingga pelanggan akan merasa sangat penting, penting, ragu-ragu, kadang penting, tidak penting terhadap jasa layanan dari tenaga tatauusaha, motivasi kerja merupakan proses dorongan dalam diri seseorang untuk memberikan hasil yang terbaik, sikap merupakan perbuatan yang berdasarkan pendirian, pendapat, atau keyakinan seseorang terhadap profesi tenaga tatauusaha yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial baik dalam aspek mental maupun aspek respon fisik. Secara operasional untuk kepuasan pelayanan pelanggan terdiri dari : (1) Keandalan (*Reliability*), (2) Ketanggapan (*Responsiveness*), (3) Jaminan dan kepastian (*Assurance*), (4) Empati (*Empathy*), (5) Berwujud (*Tangible*). Motivasi kerja merupakan pengukuran perubahan dalam diri seseorang dalam mencapai tujuannya. Sikap tenaga tatauusaha merupakan pengukuran tenaga tatauusaha yang meliputi, performance, gaya, dan perilaku dalam kegiatan pelayanan.

e. Kalibrasi (Uji Coba) Instrumen

Uji coba instrumen penelitian dilakukan terhadap 30 responden yang tidak termasuk dalam kelompok sampel terpilih. Uji coba bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen. Validitas instrumen motivasi kerja diuji dengan menggunakan koefisien korelasi *Product Moment Pearson*. Motivasi kerja 18 item valid dan 2 item tidak valid, sikap tenaga tatauusaha 17 item valid dan 3 item tidak valid, sedangkan kepuasan pelayanan pelanggan 20 valid. Uji kalibrasi realibilitas untuk motivasi kerja, sikap tenaga tatauusaha dan kepuasan pelayanan pelanggan semua realibel.

f. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, metode kuesioner, metode dokumentasi.

g. Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data yang digunakan untuk mengolah data primer yang diperoleh dari berbagai sumber adalah teknik analisis deskriptif kuantitatif. Untuk mengetahui tingkat pengaruh antara motivasi kerja (variable X₁) dengan sikap tenaga tata usaha (variable X₂) pada kepuasan pelayanan pelanggan (variable Y) menggunakan perhitungan regresi korelasi dengan menggunakan SPSS versi 22. Adapun rumus korelasi product moment

$$R_{xy} = \frac{n \sum x.y - (\sum x).(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} - \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y)

Berdasarkan data hasil penelitian pada kepuasan pelayanan pelanggan sebagai berikut

:

Tabel 1.Deskripsi Statistik Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Valid	60
Missing	0
Mean	1406,9000
Median	1395,0000
Mode	1400,00
Std. Deviation	55,26752

Variance	3054.498
Minimum	1319,00
Maximum	1600,00

Dari data pada tabel 1 diatas dapat diketahui nilai rata-rata (mean) sebesar 1406,90 , nilai median sebesar 1395, nilai modus sebesar 1400 , nilai minimum sebesar 1319, nilai maximum sebesar 1600 , standar deviasi sebesar 55, 26752 dan variance sebesar 3054, 498. Hal ini menunjukkan bahwa data kepuasan pelayanan pelanggan pada penelitian ini cukup representatif. Sedangkan skor yang berada di atas rata-rata lebih banyak dibanding yang berada di bawah rata-rata menunjukkan bahwa kepuasan pelayanan pelanggan baik.

B. Motivasi Kerja (X₁)

Berdasarkan data hasil penelitian pada motivasi kerja sebagai berikut :

Tabel 2. Deskripsi Statistik Motivasi Kerja (X₁)

Valid	60
Missing	0
Mean	82,2167
Median	82,5000
Mode	80,00
Std. Deviation	4,86806
Variance	23,698
Minimum	67,00
Maximum	90,00

Dari data pada tabel .2 di atas dapat dihitung nilai rata-rata (mean) sebesar 82,2167, nilai median sebesar 82,50, nilai modus sebesar 80, nilai minimum sebesar 67, nilai maximum sebesar 90 , standar deviasi sebesar 4,86808 dan nilai variance sebesar 23,698 . Hal ini menunjukkan bahwa data motivasi kerja pada penelitian ini cukup representatif. Skor yang

berada di atas rata-rata lebih banyak dibanding yang berada di bawah rata-rata menunjukkan bahwa motivasi kerja tinggi .

C. Sikap Tenaga Tata Usaha (X₂)

Berdasarkan data hasil penelitian pada Sikap Tenaga Tata Usaha sebagai berikut

Tabel 3. Deskripsi Statistik Sikap Tenaga Tata Usaha (X₂)

Valid	60
Missing	0
Mean	78,2333
Median	79,0000
Mode	82,00
Std. Deviation	4,79536
Variance	22,995
Minimum	62,00
Maximum	85,00

Dari data pada tabel 3 di atas dapat dihitung nilai rata-rata (mean) sebesar 78,2333, nilai median sebesar 79,00, nilai modus sebesar 82, nilai minimum sebesar 62 , nilai maximum sebesar 85 , nilai standar deviasi sebesar 4,795336 dan nilai variance sebesar 22, 995 . Hal ini menunjukkan bahwa data sikap tenaga tata usaha pada penelitian ini cukup representatif.

D. Pembahasan

Motivasi Kerja (X₁) Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 22 untuk variabel Motivasi Kerja (X₁) terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 4 berikut :

Tabel.4. Korelasi Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Correlations		
	Y	X1
Y	1,000	,416
X1		

Pearson Correlation	X1	,416	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000
	X1	,000	.
N	Y	60	60
	X1	60	60

Berdasarkan data pada tabel 4 menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara X_1 dengan Y (Y_{r1}) sebesar 0.416, angka tersebut menunjukkan tingkat korelasi yang sedang antara variabel motivasi kerja dengan kepuasan pelayanan pelanggan. Hal ini memberikan indikasi bahwa semakin baik motivasi kerja maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelayanan pelanggan.

Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel motivasi kerja terhadap kepuasan pelayanan pelanggan maka dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Derajat Determinasi Variabel Motivasi Kerja (X_1) dengan Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b										
Model	R	Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					
					Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	Cohen's f ²
1	.416 ^a	.173	.159	49,94178	.173	2,131	1	8	.001	.648

Berdasarkan data pada tabel 5 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara motivasi kerja dengan kepuasan pelayanan pelanggan yang ditunjukkan dengan derajat determinasi (r^2) sebesar 0,173 yang berarti bahwa terdapat hubungan antara X_1 dan Y sebesar 17,3 %. Derajat determinasi tersebut merupakan pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel motivasi kerja (X_1) terhadap variabel kepuasan pelayanan pelanggan (Y) sebesar 17,3 %. Pengaruh motivasi kerja terhadap kepuasan pelayanan pelanggan masih tergolong sangat rendah sedangkan faktor lainnya yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelayanan pada pelanggan masih cukup besar sekitar 82,7 %.

Tabel 6. Uji keefisien Linieritas Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1263,076	1,553		0,397	,000		
X1	,293	,371	,416	0,483	,001	,100	,000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data pada tabel 6 menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja (X₁) dengan variabel kepuasan pelayanan pelanggan (Y) memiliki nilai persamaan linieritas : $Y = 1263,76 + 0,416 X$. Sedangkan berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa signifikan pada nilai t = 30,397 pada $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variable bebas motivasi kerja terhadap kepuasan pelayanan pelanggan signifikan. Dengan demikian motivasi kerja merupakan dorongan yang dimiliki tenaga tata usaha dalam menjalankan peranan dan fungsinya sebagai pegawai yang harus melayani pelanggan (mahasiswa dan dosen).

Tabel 7. Signifikan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	Regr	30256,342	1	30256,342	12,131	,001 ^b
	Residual	144662,508	58	2494,181		
Total		174918,850	59			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

Berdasarkan data pada tabel 7 menunjukkan bahwa motivasi kerja memberikan indikasi nilai signifikan uji F sebesar 12,131. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa

pengaruh variabel bebas motivasi kerja memberikan pengaruh terhadap variable terikat (kepuasaan pelayanan pelanggan) dengan signifikan pada nilai $\alpha = 0,05$.

Sikap Tenaga Tata Usaha (X₂) Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 22 untuk variabel Sikap Tenaga Kerja (X₂) terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 8. berikut :

Tabel 8. Korelasi antara Sikap Tenaga Tata Usaha Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Correlations		
	Y	X2
Pearson Correlation	1,000	,421
2	,421	1,000
Sig. (1-tailed)	.	,000
2	,000	.
N	60	60
2	60	60

Berdasarkan data pada tabel 8 menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara X₂ dengan Y (Y_{r1}) sebesar 0.421, angka tersebut menunjukkan tingkat korelasi yang sedang antara variabel sikap tenaga tata usaha dengan kepuasan pelayanan pelanggan. Hal ini memberikan indikasi bahwa semakin baik sikap tenaga tata usaha maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelayanan pelanggan. Kondisi kepuasan pelayanan pelanggan memiliki hubungan dengan sikap tenaga tata usaha yang merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelayanan pada pelanggan. Sikap tenaga tata usaha merupakan suatu keadaan yang terjadi pada saat pegawai melakukan kegiatan pelayanan. Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel sikap tenaga tata usaha terhadap kepuasan pelanggan maka dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Derajat Determinasi Variabel Sikap Tenaga Tata Usaha (X₁) dengan Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b										
Model	Sum of Squares	df	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	421 ^a	177	,163	49,81165	177	2,498	1	8	,001	,569

a. Predictors: (Constant), X₂

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data pada tabel 9 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara sikap tenaga tata usaha dengan kepuasan pelayanan pelanggan yang ditunjukkan dengan derajat determinasi (r^2) sebesar 0,163 yang berarti bahwa terdapat hubungan antara X₂ dan Y sebesar 16,3 %. Derajat determinasi tersebut merupakan pengaruh yang ditimbulkan oleh variable sikap tenaga tata usaha (X₂) terhadap variabel kepuasan pelayanan pelanggan (Y) sebesar 16,3 %. Untuk mengetahui hasil uji signifikan antara variabel sikap tenaga tata usaha (X₂) dengan kepuasan pelayanan pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 10 berikut :

Tabel 10. Uji keefisien Linieritas Sikap Tenaga Tata Usaha Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1074,388	94,037		11,425	,000
1	X ₂	4,116	1,164	,421	3,535	,001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data pada tabel 10 menunjukkan bahwa variabel sikap tenaga tata usaha (X₂) dengan variabel kepuasan pelayanan pelanggan (Y) memiliki nilai persamaan linieritas : $Y = 1.074,388 + 0,421 X$.

Sedangkan berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa signifikan pada nilai $t = 11,425$ pada $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas sikap tenaga usaha terhadap kepuasan pelayanan pelanggan signifikan. Dengan demikian sikap tenaga tata usaha merupakan salah satu faktor yang harus diprioritaskan dalam menjalankan peranan dan fungsinya sebagai pegawai yang harus melayani pelanggan (mahasiswa dan dosen), dalam hal ini setiap pegawai harus memiliki sikap dan bertingkah laku sesuai dengan keadaan dimana pegawai tersebut berada dapat memberikan perubahan yang positif khususnya ketika memberikan pelayanan.

Tabel 11. Uji Signifikan Sikap Tenaga Tata Usaha Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Significance
Regression	Regr	31009,199	1	31009,199	12,498	,001 ^b
Residual	Resi	143909,651	58	2481,201		
Total	Total	174918,850	59			

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

Berdasarkan data pada tabel 11 menunjukkan bahwa motivasi kerja memberikan indikasi nilai signifikan uji F sebesar 12,498. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas sikap tenaga tata usaha memberikan pengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelayanan pelanggan dengan signifikan pada nilai $\alpha = 0,05$.

Pengujian Koefisien Korelasi Motivasi Kerja (X₁) dan Sikap Tenaga Tata Usaha (X₂) Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 22 untuk variabel Motivasi Kerja (X_1) Sikap Tenaga Kerja (X_2) terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 12 berikut :

Tabel 12. Korelasi antara Motivasi kerja dan Sikap Tenaga Tata Usaha Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Correlations				
		Y	X1	X2
Pearson Correlation		1,000	,416	,421
	1	,416	1,000	,485
	2	,421	,485	1,000
Sig. (1-tailed)		.	,000	,000
	1	,000	.	,000
	2	,000	,000	.
N		60	60	60
	1	60	60	60
	2	60	60	60

Berdasarkan data pada tabel 12 menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara X_1 dan X_2 dengan Y (Y_{r1}) sebesar 0.485, angka tersebut menunjukkan tingkat korelasi yang sedang antara variabel sikap tenaga tata usaha dengan kepuasan pelayanan pelanggan. Hal ini memberikan indikasi bahwa semakin baik motivasi kerja dan sikap tenaga tata usaha maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelayanan pelanggan. Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel motivasi kerja dan sikap tenaga tata usaha terhadap kepuasan pelanggan maka dapat dilihat pada tabel 13.

Tabel 13. Derajat Determinasi Variabel Motivasi Kerja (X_1) dan Sikap Tenaga Tata Usaha (X_2) dengan Kepuasan Pelayanan Pelanggan (Y)

Model	Sum of Squares	df	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					F Change	df1	df2	Sig. F Change	Cook's Distance
1	485 ^a	235	,209	8,43978	235	,774	7	,000	,681

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data pada tabel 13 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara motivasi kerja (X_1) dan sikap tenaga tata usaha (X_2) dengan kepuasan pelayanan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan derajat determinasi (r^2) sebesar 0,235 yang berarti bahwa terdapat hubungan antara X_2 dan Y sebesar 23,5 %. Derajat determinasi tersebut merupakan pengaruh yang ditimbulkan oleh variable motivasi kerja (X_1) dan sikap tenaga tata usaha (X_2) terhadap variabel kepuasan pelayanan pelanggan (Y) sebesar 23,5 %. Untuk mengetahui hasil uji signifikan antara variabel motivasi kerja (X_1) dan sikap tenaga tata usaha (X_2) dengan kepuasan pelayanan pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel 14 berikut :

Tabel 14. Uji keefisien Linieritas Motivasi Kerja dan Sikap Tenaga Tata Usaha Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	1085,632	1,607		1,851	,000		
X1	,859	,413	,276	,081	,042	,762	,313
X2	,22	,121	,286	,157	,035	,762	,313

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data pada tabel 14 menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja (X_1) dan sikap tenaga tata usaha (X_2) dengan variabel kepuasan pelayanan pelanggan (Y) memiliki nilai persamaan linearitas :

$$Y = 1.085,632 + 0,276 X_1 + 0,286 X_2 .$$

Sedangkan berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa signifikan pada nilai $t = 11,851$ pada $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas motivasi kerja dan sikap tenaga usaha secara bersama-sama terhadap kepuasan pelayanan pelanggan signifikan.

Tabel 15. Uji Signifikan Motivasi Kerja dan Sikap Tenaga Tata Usaha Terhadap Kepusaaan Pelayanan Pelanggan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Si g.
esssion	Regr	41173,343	2	20586,671	8,774	,000 ^b
	Resi	133745,507	5	2346,412		
dual	Total	174918,850	9			

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

Berdasarkan data pada tabel 15 menunjukkan bahwa motivasi kerja memberikan indikasi nilai signifikan uji F sebesar 8,774 Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas motivasi kerja (X_1) dan sikap tanaga tata usaha (X_2) memberikan pengaruh terhadap variable terikat kepuasan pelayanan pelanggan (Y) dengan signifikan pada nilai $\alpha = 0,05$.

Dengan demikian motivasi kerja dan sikap tenaga tata usaha merupakan performance atau penampilan yang berupa tingkah laku sehingga sesuai dengan keadaan dimana pegawai tersebut berada.

IV. KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi kerja (X_1) terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y), yang ditunjukkan dengan R_{yx_1} sebesar 0,415 yang dengan derajat determinative sebesar 0,173, memiliki hubungan yang sedang dan memberikan pengaruh sebesar 17,3 % terhadap kepuasan pelayanan pelanggan, (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara sikap tenaga tata usaha (X_2) terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y), yang ditunjukkan dengan R_{yx_2} sebesar 0,421 yang dengan derajat determinative sebesar 0,177, memiliki hubungan yang sedang dan memberikan pengaruh sebesar 17,7 % terhadap kepuasan pelayanan pelanggan, (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara motivasi kerja (X_1) dan sikap tenaga tata usaha (X_2) terhadap kepuasan pelayanan pelanggan (Y), yang ditunjukkan dengan $R_{yx_{1,2}}$ sebesar 0,485 yang dengan derajat determinative sebesar 0,235, memiliki hubungan yang sedang dan memberikan pengaruh sebesar 23,5 % terhadap kepuasan pelayanan pelanggan.

B. Implikasi

Implikasi dari penelitian ini yaitu motivasi kerja yang tinggi dapat mempengaruhi kepuasan pelayanan pelanggan dan peranan pegawai tata usaha merupakan ujung tombak dan berperan dalam upaya meningkatkan pelayanan pada pelanggan, dan peranan sikap tenaga tata usaha yang merupakan *performance* dari karakteristik perilaku memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap pelayanan.

C. Saran

Untuk meningkatkan pelayanan maka tenaga tata usaha hendaknya meningkatkan motivasi intrinsic (dalam diri) dan perbaikan sikap-sikap atau perilaku serta karakteristik yang berupa *performance* sehingga dapat melayani pelanggan lebih baik lagi, tenaga tata usaha hendaknya meningkatkan kemampuannya dalam menjalankan profesinya, sebagai tenaga tata usaha khususnya dalam pelayanan pada pelanggan. Sedangkan bagi institusi atau lembaga, hendaknya meningkatkan pembinaan dan pengarahan yang dapat mendorong tenaga tata usaha untuk menjalankan tugasnya dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Gerungan, (2000), *Psikologi Sosial*, Bandung:Refika Aditama
- Hasibuan, Malayu S.P., 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara, Jakarta
- Harold Koontz, Cyril O'Donnell dan Heinz Weihrich 1996, *Manajemen; Jilid 1 Edisi Kedelapan;/Oleh.-*Jakarta: Erlangga 996
- Mar'at. (2001). *Sikap Manusia : Perubahan serta Pengukurannya*. Bandung : Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy, 2008 , *Service Management; Mewujudkan Layanan Prima* , ANDI Yogyakarta, Yogyakarta, halaman 88
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2006. *Total Quality Manajemen. Edisi Revisi*. Andy: Yogyakarta.
- Winardi. (2004). *Motivasi dan Pemasalahan dalam Manajemen*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta. Ekonesia