

## PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN WRAP SPRING ROLLS MAKASSAR

Ayunita Tirtahati<sup>\*1</sup>, Andi widiawati<sup>2</sup>, Bahrul ulum<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Prodi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel  
Email:e-mail: [\\*1ayuuunita30@gmail.com](mailto:*1ayuuunita30@gmail.com),

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) Pengaruh Inovasi Produk, dan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen Wrap Spring Rolls Makassar. (2) Pengaruh Inovasi Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Wrap Spring Rolls Makassar. (3) Variabel Kualitas Pelayanan yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Wrap Spring Rolls Makassar.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 75 responden yang merupakan konsumen wrap rolls Makassar, penelitian menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara parsial variabel Inovasi Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Wrap Rolls Makassar. (2) Secara simultan variabel Inovasi Produk, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Wrap Rolls Makassar. (3) Variabel kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Wrap Rolls Makassar.

**Kata Kunci :** *Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.*

### Abstract

*This study aims to analyze (1) The partial effect of product innovation, and service quality on the consumer purchase decision of Wrap Spring Rolls Makassar. (2) The simultaneous effect of product innovation, and service quality on the consumer purchase decision of Wrap Spring Rolls Makassar. (3) The most dominant variable affecting the consumer purchase decision of Wrap Spring Rolls Makassar.*

*The sample of the study was 75 respondents who are consumers of Wrap Spring Rolls Makassar, this study used a multiple linear regression analysis method with data collection using a Likert scale questionnaire. The results of the study show that (1) Partially, the variables of product innovation, and service quality have a negative and not significant effect on the purchase decision of Wrap Spring Rolls Makassar. (2) Simultaneously, the variables of product innovation, and service quality have a positive and significant effect on the purchase decision of Wrap Spring Rolls Makassar. (3) The service quality variable is the most dominant factor significantly affecting the consumer purchase decision of Wrap Spring Rolls Makassar.*

**Keywords:** *Product Innovation, Service Quality, and Purchase Decision*

## PENDAHULUAN

Pemasaran produk adalah salah satu aspek yang penting dalam dunia bisnis, pemasaran produk sendiri merupakan proses yang melibatkan kegiatan promosi dan pemasaran produk kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek, minat dan keinginan untuk membeli produk tersebut (Arifin, 2023). Aspek ini akan membutuhkan sebuah konsep yang akan kita gunakan untuk melakukan sebuah pemasaran dan konsep yang paling sering digunakan adalah konsep mix marketing Mix marketing yang sering disebut bauran pemasaran merupakan salah satu konsep penting dalam dunia pemasaran yang di perkenalkan pertama kali oleh profesor marketing Harvard pada tahun 1948 yaitu Neil Borden, sedangkan untuk konsep marketing sendiri

di perkenalkan oleh Jerome McArthur dengan konsep 4 variabel utamanya yaitu 4P (product, price, place, promotion).

Pentingnya inovasi produk dalam menjalankan sebuah usaha yaitu memperoleh keuntungan yang lebih besar dimana jika produk tersebut terkesan tidak monoton dan lebih bervariasi sehingga lebih banyak peminat dibandingkan dari usaha sebelumnya. Melakukan inovasi akan lebih mempermudah untuk mempromosikan produk – produk. Dengan produk yang memiliki banyak jenis dan bervariasi membuat proses promosi kepada masyarakat atau distributor akan semakin mudah dan cepat diterima, dibandingkan produk yang monoton dan tidak ada produk yang baru. Maka dapat disimpulkan bahwa inovasi produk itu sangat penting dalam keberhasilan suatu usaha (Putti, 2020). Konsep berikut merupakan kegiatan dalam bisnis yang menyusun hingga mempraktekan strategi pemasaran yang yang mencakup elemen-elemen agar tujuan perusahaan untuk mendapatkan profit dapat tercapai (Fitri Nur, 2021), Konsep akan sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen, Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk yang tersedia (Riadi, 2020).

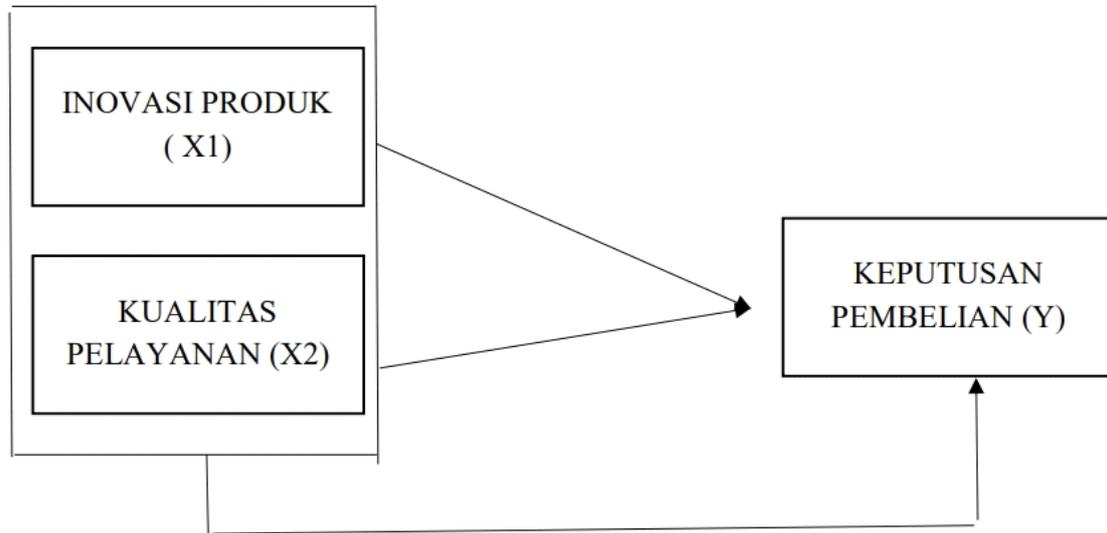
Mengenai kualitas pelayanan, terkhususnya terhadap para konsumen ketika membuat keputusan pembeliannya terhadap suatu produk usaha, merupakan suatu effort yang dilakukan oleh sebuah firma usaha terkait produk penawarannya (barang atau jasa) yang tidak berwujud, lebih mengarah pada nilai, yang dapat dirasakan oleh konsumen langsung ataupun tidak langsung. Nilai inilah yang menjadi stimulus para konsumen agar menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Menurut Patmala & Fatimah (2021), pelayanan yang berkualitas bisa ditentukan melalui perbandingan persepsi para pelanggan pada layanan yang sebenarnya ia terima dengan layanan yang sebenarnya ia harapkan dengan memperhatikan atribut pelayanan perusahaan dalam mengkomunikasikan produk produk usaha melalui pelayanan yang berkualitas yang dapat memastikan keputusan pembelian mereka. Terkait dari pemaparan ini terkait urgensi dua hal dalam konsep mix-marketing tersebut terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen, peneliti membuktikannya pada sebuah produk jualannya sendiri, hasil dari salah satu tugas kuliah yang peneliti dapatkan pada semester 6 (Enam) di tengah proses perkuliahannya di kampus Institute Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia.

produk usaha yang mana peneliti tertarik untuk tindak lanjut secara ilmiah yang merupakan buah dari salah satu tugas kuliah yang peneliti dapatkan pada semester 6 (Enam) di tengah proses perkuliahannya di kampus Institute Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia. Di tengah proses perkuliahannya di kampus Institute Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia. Adapun produk usaha proyek UMKM tersebut ditetapkan oleh peneliti untuk berfokus pada sebuah kuliner yang unik asal Vietnam, yakni Summer Rolls atau dalam bahasa Vietnam di sebut Gỏi cuốn. Wrap spring rolls sendiri merupakan nama brand sebuah produk makanan yang mengambil konsep lumpia vietnam, di vietnam sendiri makanan ini merupakan makanan tradisional Bisnis ini berdiri sejak 10 Mei 2023.

Ada dua alasan pemilihan kuliner Wrap Spring Rolls tersebut sebagai ide produk UMKM peneliti. Pertama, dikarenakan belum banyak yang menggunakan ide usaha ini terutama di kota Makassar, hanya dua usaha. Kedua dikarenakan bahan dasar kuliner tersebut sejalan dengan trend konsumsi sayur-buah dan tanpa penggunaan minyak goreng yang menjamur di tengah masyarakat. Produk UMKM yang peneliti tawarkan

ini secara kekinian, friendly, & responsif dengan harga sekitar harga Rp. 12.000 –Rp. 35.000, mampu menghasilkan progress penjualan yang cukup signifikan.

**Gambar 1. Kerangka Pikir**



### **HIPOTESIS PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan serta tujuan dari penelitian ini maka hipotesis yang diangkat adalah :

- Diduga Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wrap Spring Rolls .
- Diduga Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wrap Spring Rolls.
- Diduga variabel yang paling dominan diantara variabel kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Wrap Spring Rolls.

### **METODE PENELITIAN**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada konsumen Wrap Spring Rolls, yang kemudian diisi untuk diselesaikan dan diberi argumen ataupun penilaian.

Metode analisis yang akan digunakan oleh peneliti yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, uji t (parsial), uji f (simultan), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Menggunakan analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing memiliki hubungan positif atau negatif dan dapat memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang biasa digunakan berskala interval atau rasio.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan, sah atau tidaknya suatu instrumen (kuesioner) dalam penelitian. Suatu indikator pada kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner dapat mengukur suatu variabel penelitian, yaitu apabila  $r - \text{hitung} > r - \text{tabel}$  maka instrumen tersebut dikatakan valid.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Berdasarkan tabel di atas hasil uji validitas instrumen menyatakan bahwa dengan menggunakan  $r - \text{tabel}$  sebesar 0,2272 semua item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid karena secara keseluruhan hasil  $r - \text{hitung}$  lebih besar daripada  $r - \text{tabel}$ . Jadi, instrumen dari setiap variabel Inovasi Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Keputusan pembelian (Y) secara keseluruhan dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula. Uji reliabilitas instrument dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan asumsi bahwa suatu instrument dianggap reliabel apabila koefisien reliabilitas  $> 0,60$ . (Caniago et al., 2023)

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,655	0,600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,815	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,817	0,600	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, hasil reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk dengan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,655, variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan nilai sebesar 0,815, variabel Keputusan Pembelian nilai sebesar 0,815. Dimana ketiga variabel yang diteliti memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,60 maka seluruh pernyataan pada kuesioner penelitian dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

### Uji Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) yaitu X1, X2 terhadap Kinerja Y. Dalam penelitian ini keputusan pembelian digunakan sebagai variabel independen (Y) sedangkan variabel independen (X1, X2) yang digunakan adalah Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan.

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.135	1.884		3.257	.002
	Inovasi Produk	.093	.140	.055	0.662	.510
	Kualitas Pelayanan	.685	.076	.751	9.053	.000
a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian						

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = 6.135 + 0.093X_1 + 0.685X_2 + e = 6.913$$

Nilai konstanta (*a*) menunjukkan bahwa nilai dari Keputusan Pembelian (Y) Inovasi Produk (X1), dan kualitas pelayanan (X2) dinyatakan konstan dengan nilai kinerja 6.135

- Nilai konstanta (*a*) menunjukkan besarnya nilai dari Keputusan Pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel inovasi produk, kualitas produk dianggap konstan, maka nilai keputusan pembelian sebesar 6,135.
- Koefisien regresi variabel inovasi produk (X1) sebesar 0,093 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara inovasi produk dan keputusan pembelian (Y), jika semakin baik inovasi produk yang dimiliki wrap spring rolls maka keputusan pembelian konsumen dapat semakin meningkat.
- Koefisien Regresi variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,685 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan keputusan pembelian (Y), jika semakin baik kualitas pelayanan pada konsumen makan keputusan pembelian dapat semakin meningkat.

- Nilai sig pada kedua variabel yaitu inovasi produk(X1) sebesar 0,510,dan kualitas pelayanan sebesar 0,000 yang berarti signifikan karena angka tersebut berada di bawah 0,05.

Dari persamaan Analisis Regresi Linear Berganda dapat dilihat bahwa semua variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Hasil analisis juga menyatakan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah kualitas produk dengan nilai sebesar 0,685.

#### Uji T (Parsial)

Analisis uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel indepen Uji t dilakukan untuk mengetahui digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel dan nilai signifikasi dengan 0,05. Apabila t-hitung > t table maka H1 dapat diterima dan H0 ditolak, dan jika t-hitung < t- tabel maka H1 ditolak dan H0 diterima dan apabila nilai  $\alpha > 0,05$  maka H0 dapat diterima dan H1 ditolak, dan jika  $\alpha < 0,05$  maka H0 ditolak dan H1 diterima.

**Tabel 4. Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.135	1.884		3.257	.002
	Inovasi Produk	.093	.140	.055	0.662	.510
	Kualitas Pelayanan	.685	.076	.751	9.053	.000

a. Dependent Variabel : Keputusan Pembelian

Adapun uraian penjelasan tabel hasil uji t (uji parsial) di atas adalah sebagai berikut:

- Diduga inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Wrap Spring Rolls Makassar.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel inovasi produk (X1) memiliki t-hitung sebesar  $0.662 < 1.993$  ( t tabel =  $a(0.05)/2 = 0.025$  dan  $df = n-k-1 = 75-2-1 = 72$ ) dengan koefisien beta unstandardized sebesar 0.093 dan tingkat signifikansi  $0.510 > 0.05$ . Hal ini berarti inovasi produk berpengaruh negative dan tidak signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Wrap Spring Rolls Makassar terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel Inovasi Produk mempengaruhi keputusan Pembelian pada Wrap Spring Rolls Makassar.

- Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Wrap Spring Rolls Makassar.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki t-hitung sebesar 9.053 > 1.993 (t tabel =  $t_{\alpha/2} = (0.05)/2 = 0.025$  dan  $df = n-k-1 = 75-2-1 = 72$  ) dengan koefisien beta unstandardized sebesar 0.611 dan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Hal ini berarti Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Wrap Spring Rolls Makassar terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi Keputusan Pembelian Wrap Spring Rolls Makassar.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 9,053 Berdasarkan hal tersebut, nilai t-hitung dari variabel kualitas Pelayanan memiliki nilai 9,053 > t-tabel yang memiliki nilai 1,993 serta nilai signifikan dari variabel penempatan  $0,000 < 0,5$  sehingga dapat ditarik kesimpulan secara parsial bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jadi, berdasarkan hasil uji t (Uji Parsial) pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk, kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

#### Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan agar dapat mengetahui pengaruh variabel bebas (inovasi produk, kualitas produk) secara bersamaan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Uji F ini dilakukan dengan perbandingan F-hitung dengan F-tabel. Apabila  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  maka hipotesis diterima sedangkan hipotesis ditolak apabila  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ .

**Tabel 5. Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Mode		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1						
	Regression	210.402	2	105.201	54.910	.000 <sup>b</sup>
	Residual	137.944	72	1.916		
1	Total	348.347	74			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant) : Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk						

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan hasil uji F menyatakan bahwa nilai F-Hitung sebesar 54,910 sedangkan nilai F-tabel yaitu 3,15. Dengan ini dinyatakan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel, Dimana  $54,910 > 3,15$ . Nilai signifikansi menunjukkan

angka  $0,000 < 0,05$  sehingga ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima tetapi H0 ditolak Dimana inovasi produk, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa persen pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y), yaitu Inovasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y), sebagai berikut:

**Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 <sup>a</sup>	.604	.593	1.384
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk				

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai korelasi sebesar  $R = 0,777$  yang berarti bahwa yang berarti bahwa Inovasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh sebesar 77,7% terhadap Keputusan Pembelian sedangkan sisanya 22.3% ( $100\% - 77,7\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti persepsi harga, varian menu, dan tenaga penjualan.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Rekrutmen, Seleksi, Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan secara parsial pada PT. PLN (Persero) Tbk. Unit Induk Wilayah Sulselrabar.

Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung validitas variabel Rekrutmen (X1) adalah sebesar 1,790 bila nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel yaitu yaitu 2,006. koefisien unstandardized beta sebesar 0,198 dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya rekrutmen (X1) berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai. Oleh karena itu, H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel Rekrutmen (X1) mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kinerja pegawai PLN (Persero) Tbk. Unit Induk Wilayah Sulselrabar hal ini menunjukkan bahwa rekrutmen adalah menurut (Yullyanti, 2011) proses yang menghasilkan sejumlah pelamar yang berkualifikasi untuk pekerjaan di suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Irawan dkk. (1997) bahwa rekrutmen adalah suatu proses untuk mendapatkan tenaga yang berkualitas guna bekerja pada perusahaan atau instansi

Hasil penelitian oleh Raisyah (2020) dengan judul Pengaruh Proses Rekrutmen, Seleksi, dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (Persero) Tanjung Morawa dengan hasil penelitian menunjukkan Hasil penelitian dilakukan untuk

membuktikan hipotesis penelitian, untuk menguji variabel (X1) proses rekrutmen berpengaruh positif terhadap kinerja, yaitu meningkatkan kinerja karena merupakan peluang bagi perusahaan untuk mendapatkan karyawan terbaik serta penelitian Rita srihasnita rosali caniago, dian hirma, dan adilia aulia (2023) dengan judul Pengaruh Rekrutmen, Seleksi, Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pembangkitan Teluk Sirih, Teluk Kabung Kecamatan Bungus Kota Padang.

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung variabel Seleksi (X2) sebesar 3,210, dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,006, dengan koefisien unstandardized beta sebesar 0,343 dan tingkat kemaknaan.  $0,002 < 0,05$ . Artinya Seleksi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap kinerja karyawan. Oleh karena itu, H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel Seleksi (X2) mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kinerja pegawai PLN (Persero) Tbk. Unit Induk Wilayah Sulselrabar. Hal ini berarti seleksi dilakukan apabila proses rekrutmen karyawan sudah terlaksana, dimana telah terkumpul sejumlah pelamar yang memenuhi syarat untuk kemudian dipilih mana yang tepat menjadi karyawan suatu perusahaan. Sedangkan seleksi menurut (Titisari & Ikhwan, 2021) yaitu tahap- tahap khusus yang digunakan untuk memutuskan pelamar mana yang mampu dan akan diterima sebagai karyawan yang mempunyai kemampuan yang handal dan profesional.

Hasil penelitian oleh Rita srihasnita rosali caniago, dian hirma, dan adilia aulia (2023) dengan judul Pengaruh Rekrutmen, Seleksi, Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pembangkitan Teluk Sirih, Teluk Kabung Kecamatan Bungus Kota Padang. dari analisa data tersebut dapat dilihat bahwa variabel Seleksi tidak memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Teluk Sirih. Penelitian yang dilakukan raisyah (2020) dengan judul Pengaruh Proses Rekrutmen, Seleksi, dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. PLN (Persero) Tanjung Morawa. Seleksi berpengaruh positif. terhadap kinerja (Y) menunjukkan bahwa semakin berkualitas dalam tes seleksi dan meninjau proses seleksi meningkatkan kinerja.

Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung validitas variabel Penempatan (X3) adalah sebesar 4,885 bila nilai tersebut lebih besar dari nilai t tabel yaitu. yaitu 2,007. koefisien unstandardized beta sebesar 0,450 dan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya penempatan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap kinerja pegawai. Oleh karena itu, H0 ditolak dan H1 diterima. Artinya variabel kompetensi (X1) mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kinerja pegawai PLN (Persero) Tbk. Unit Induk Wilayah Sulselrabar. Penempatan pegawai merupakan kelanjutan dari seleksi, yaitu. menempatkan calon pegawai yang disetujui pada pekerjaan yang dibutuhkannya dan sekaligus mendelegasikan wewenang kepada orang tersebut” (Hasibuan, 2008). Sedangkan menurut Bangun Wilson (2012), penempatan berkaitan tentang pekerjaan yang dilakukan dengan menyesuaikan kemampuan dan bakat seseorang dengan pekerjaan yang akan dikerjakan.

Hasil penelitian oleh (Siahaan & Bahri, 2019) dengan judul Pengaruh Penempatan Pegawai, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. variabel Penempatan, sehingga variabel penempatan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja pegawai PT PLN (Persero) Unit Pembangkitan Sumatera

Utara. Penelitian yang dilakukan oleh (Loindong et al., 2015) dengan judul penelitian Analisis Kompetensi, Penempatan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada PT. PLN (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado. Dengan demikian penempatan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pegawai pada PT.PLN (Persero) Wilayah Sulutenggo Area Manado.

## **2. Pengaruh Rekrutmen, Seleksi, Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan secara simultan pada PT. PLN (Persero) Tbk. Unit Induk Wilayah Sulselrabar.**

Pada hasil uji F dapat dilihat bahwa nilai F-hitung adalah 43,806 sedangkan nilai F-tabel yaitu 3,20. Dengan ini dinyatakan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel, Dimana  $43,806 > 3,20$ . Nilai signifikansi menunjukkan angka  $0,000 < 0,05$  sehingga ditarik kesimpulan bahwa H1 diterima tetapi H0 ditolak Dimana rekrutmen, seleksi, dan penempatan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kinerja Karyawan. Pada PT. PLN (Persero) Tbk. Unit Induk Wilayah Sulselrabar.

## **3. Variabel Yang Dominan Berpengaruh**

Dari persamaan analisis regresi linier berganda terlihat bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah Penempatan yang mempunyai koefisien regresi terbesar sebesar 0,460 dari nilai koefisien Seleksi sebesar 0,437 sedangkan nilai koefisien Rekrutmen sebesar 0,201. Hal ini membuktikan bahwa penempatan berpengaruh lebih besar terhadap kinerja pegawai pada Perusahaan. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa karyawan PT. PLN (Persero) Tbk. Unit Induk Wilayah Sulselrabar, kebanyakan dari luar pulau Sulawesi, tetapi karna pekerjaan dan penempatan, mereka di tempatkan di Sulawesi dan jauh dari keluarga karena pekerjaan.

## **KESIMPULAN**

- Rekrutmen, Seleksi, dan Penempatan Kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulselrabar.
- Rekrutmen, Seleksi, dan Penempatan Kerja secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Karyawan pada PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulselrabar.
- Variabel Penempatan lebih dominan berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan pada PLN (Persero) Unit Induk Wilayah Sulselrabar.

## **SARAN**

- Untuk Perusahaan atau instansi, perlu memberikan informasi terkait proses Rekrutmen, Seleksi, Dan Penempatan Kerja yang dilakukan oleh Perusahaan.
- Bagi karyawan, dalam pengisian kuesioner harus sesuai dengan pengalaman yang dirasakan selama melaksanakan proses rekrutmen, seleksi, dan tahap penempatan kerja, tentunya seluruh karyawan pernah merasakan proses-proses tersebut.
- Bagi penelitian berikutnya, diharapkan untuk mengekspansi cakupan penelitian, baik dari segi variabel independent dan objek penelitian yang akan ditujuh untuk mendapatkan hasil maksimal dan lebih akurat.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bustam, Nurlaely Razak, Andi Rahmat Hidayat, Natasya Ayudia, dan H. P. (2016). Pengaruh Penempatan Kerja dan Pengalaman Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Area Makassar Selatan. *Jurnal Ilmiah Bongaya (Manajemen & Akuntansi)*, 16. <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/2792>
- Caniago, R. S., Hirma, D., & Aulia, A. (2023). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi, Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Unit Pelaksana Pembangkitan Teluk Sirih, Teluk Kabung Kecamatan Bungus Kota Padang. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 2(2), 119–134. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v2i1.719>
- Dr. Sigit Hermawan, SE, M.Si., Ciq. (2020). *REKRUTMEN DAN SELEKSI ANTARA NEPOTISME DAN PROFESIONAL* (D. Sambiono, F. Shidiqqi, S. Ukamah, & T. Wahyuningtyas (eds.)). Umsida Press.
- Effendi, M., & Yogie, F. (2019). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(1), 88– 98. <https://doi.org/10.31539/jomb.v1i1.654>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Loindong, S., Mananeke, L., & Pokatong, O. H. (2015). Analisis Kompetensi, Penempatan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pt. Pln (Persero) Wilayah Suluttenggo Area Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 660–670. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8694>
- Meithiana indrasari,S.T.,M.M, D. (2017). *KEPUASAN KERJA DAN KINERJA KARYAWAN*.
- Nurhawati, D. (2015). *PENGARUH MANAJEMEN LABA DAN ASIMETRI INFORMASI TERHADAP BIAYA MODAL EKUITAS (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 s.d. 2013)*. 51–76. [http://repository.unpas.ac.id/5747/7/9.BAB\\_III](http://repository.unpas.ac.id/5747/7/9.BAB_III) Devianti Nurhawati (114020474).pdf
- Paoki, D. (2018). Pentingnya Rekrutment dan seleksi untuk mengukur kinerja karyawan. *Jurnal Manajemen: Untuk Ilmu Ekonomi Dan Perpustakaan UNMER*, 12–40.
- Ragilio, A. D., & Rismawati. (2022). Pengaruh Rekrutmen, Seleksi Dan Penempatan Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Administrasi Bisnis Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 1–1
- Raisyah, H. veva. (2020). *PENGARUH MUTASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. BRATACO MEDAN SKRIPSI Diajukan Untuk Melengkapi Dan Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh Gelar*

---

*Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area Oleh: FAKULTA.*

- Rivai, Verthazal, Sagala, & ella, j. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan cetakan ketiga.*
- Siahaan, S., & Bahri, S. (2019). Pengaruh Penempatan, Motivasi, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(1), 16–30. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i1.3402>
- Titisari, M., & Ikhwan, K. (2021). Proses Rekrutmen dan Seleksi: Potensi Ketidakefektifan dan Faktornya. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(3), 11. <https://doi.org/10.32503/jmk.v6i3.1848>
- Widnyani, N. M. (2020). Rekrutmen, Seleksi, Penempatan Dan Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(11), 3558. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i11.p07>
- Yullyanti, E. (2011). Article 2 2-11-2011 Recommended Citation Recommended Citation YULLYANTI. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 16(3), 10. <https://doi.org/10.20476/jbb.v16i3.615>