

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah masyarakat dan pegawai di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bandung Barat pada tahun 2014. Berdasarkan metode purposive sampling, diperoleh 88 sampel yang memenuhi kriteria, yaitu:

Tabel 4.1
Jenis Sampel

No	Objek penelitian	Sampel	Jumlah (%)
1	Pegawai (33 SKPD)	86	97.72 %
2	Masyarakat	2	2.27 %
	Total seluruh sampel	88	100 %

Sumber : data primer yang diolah peneliti

Kuisisioner yang disampaikan untuk tiap SKPD adalah 3 eksemplar dan untuk masyarakat adalah 5 eksemplar, sehingga jumlah keseluruhan yang dikirim 104 eksemplar. Kuisisioner yang kembali adalah sebanyak 98 eksemplar. Terdapat 10 kuisisioner yang tidak diisi secara lengkap sehingga hanya 88 kuisisioner yang dapat diolah. Respon rate sebesar 84,61% $[(88/104) \times 100\%]$. Jumlah tersebut dianggap sudah memenuhi untuk mengolah data dan sesuai dengan respon rate penelitian penelitian di Indonesia sebelumnya yang tergolong rendah yaitu sebesar

10%-16% (Mardiyah dan Gudono, 2001). Ringkasan pengiriman dan pengembalian kuisisioner yang diolah adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2.

Rincian Pengiriman dan Pengembalian Kuisisioner

Keterangan	Jumlah Data
Jumlah Kuisisioner yang dikirimkan	104
Jumlah kuisisioner yang tidak kembali atau tidak sampai	6
Kuisisioner yang diterima	98
Jumlah Kuisisioner yang diterima	98
Jumlah kuisisioner yang tidak dapat digunakan	10
Jumlah kuisisioner yang dapat digunakan untuk analisis	88
Tingkat pengembalian yang dapat digunakan: $(88/104) \times 100\%$	84,61%

B. Statistik Deskriptif

Tabel 4.3
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK	88	20	60	45.57	6.901
PBI	88	13	35	26.30	4.265
PPP	88	21	45	34.10	5.324
Valid N (listwise)	88				

Sumber : Output SPSS 17

Tabel 4.3 memberikan gambaran bahwa jumlah sampel penelitian yang digunakan yaitu 88 responden. Variabel perspektif konsumen (PK) memiliki nilai rata-rata sebesar 45.57 dengan standar deviasi sebesar 6.901. Variabel perspektif bisnis internal (PBI) memiliki nilai rata-rata sebesar 26.30 dengan standar deviasi sebesar 4.265. Variabel perspektif pertumbuhan dan pembelajaran (PPP) memiliki nilai rata-rata sebesar 34.10 dengan standar deviasi sebesar 5.324.

C. Instrumen Data

1. Uji Validitas Data

Pengujian validitas setiap butir digunakan analisis item, yang mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor butir. Menurut (Sugiyono, 2008) bahwa suatu instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasi antar butir/item tersebut positif dan besarnya 0,4 ke atas dengan tingkat kesalahan

MSA) harus $> 0,50$. Berikut adalah hasil uji validitas dari tiap-tiap butir pada masing-masing variabel dalam kuesioner.

Tabel 4.4
Hasil uji validitas PK

	Initial	Extraction	Ket
Per_1	1.000	.644	Valid
Per_2	1.000	.649	Valid
Per_3	1.000	.587	Valid
Per_4	1.000	.505	Valid
Per_5	1.000	.637	Valid
Per_6	1.000	.455	Valid
Per_7	1.000	.538	Valid
Per_8	1.000	.637	Valid
Per_9	1.000	.393	Tidak valid
Per_10	1.000	.461	Valid
Per_11	1.000	.532	Valid
Per_12	1.000	.442	Valid
Per_13	1.000	.501	Valid

Sumber: output SPSS 17

Berdasarkan Tabel 4.4 hasil uji validitas menunjukkan bahwa butir pertanyaan 9 adalah tidak valid karena memiliki factor loading < 0.4 . Sedangkan selain butir pertanyaan 9 adalah valid karena memiliki faktor loading > 0.4 . Dengan demikian butir pertanyaan selain pertanyaan 9 dapat dimajukan atau dipercaya

Tabel 4.5
Hasil uji validitas PBI

	Initial	Extraction	Ket
Per_14	1.000	.419	Valid
Per_15	1.000	.425	Valid
Per_16	1.000	.363	Tidak valid
Per_17	1.000	.467	Valid
Per_18	1.000	.563	Valid
Per_19	1.000	.562	Valid
Per_20	1.000	.150	Tidak valid
Per_21	1.000	.379	Tidak valid
Per_22	1.000	.194	Tidak valid
Per_23	1.000	.477	Valid
Per_24	1.000	.046	Tidak valid
Per_25	1.000	.249	Tidak valid
Per_26	1.000	.620	Valid

Sumber: output SPSS 17

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil uji validitas menunjukkan bahwa butir pertanyaan 16, 20, 21, 22, 24, dan 25 adalah tidak valid karena memiliki faktor loading < 0.4 . Sedangkan selain 16, 20, 21, 22, 24, dan 25 adalah valid karena memiliki faktor

..... 16 20 21 22 24 25 dihapus

Tabel 4.6
Hasil uji validitas PPP

	Initial	Extraction	Ket
Per_27	1.000	.531	Valid
Per_28	1.000	.657	Valid
Per_29	1.000	.458	Valid
Per_30	1.000	.465	Valid
Per_31	1.000	.125	Tidak valid
Per_32	1.000	.071	Tidak valid
Per_33	1.000	.446	Valid
Per_34	1.000	.375	Tidak valid
Per_35	1.000	.559	Valid
Per_36	1.000	.409	Tidak valid
Per_37	1.000	.483	Valid
Per_38	1.000	.511	Valid
Per_39	1.000	.285	Tidak valid
Per_40	1.000	.519	Valid
Per_41	1.000	.031	Tidak valid

Sumber: output SPSS 17

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil uji validitas menunjukkan bahwa butir pertanyaan 31, 32, 34, 36, 39, dan 41 adalah tidak valid karena memiliki faktor loading < 0.4 . Sedangkan butir pertanyaan selain itu adalah valid karena memiliki faktor loading > 0.4 . Dengan demikian hanya butir pertanyaan selain 31, 32, 34, 36, 39, dan 41 yang dapat digunakan atau dipercaya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari indikator-indikator suatu *construct* yang menunjukkan derajat masing-masing indikator itu mengindikasikan suatu *construct* yang umum. Dengan kata lain

bagaimana hal-hal yang spesifik saling membantu dalam menjelaskan suatu fenomena yang umum (Sugiyono, 2008).

Uji reliabilitas dengan melihat koefisien (*cronbach's alpha*). Nilai reliabilitas dilihat dari *cronbach's alpha* masing-masing instrumen penelitian $\geq 0,60$ dianggap reliabel seperti yang dikemukakan oleh Nunally (1968). Paparan hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel yang di gunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

No	Nama Variabel	Jumlah Item Pertanyaan	Koefisiensi <i>Cronbach</i> <i>Alpha</i>	Keterangan
1	Perspektif Konsumen (PK)	12	.965	Reliabel
2	Perspektif Bisnis Internal (PBI)	7	.965	Reliabel
3	Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran (PPP)	9	.965	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah peneliti

Tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki koefisien korelasi *cronbach alpha* di atas 0,6. Hal ini berarti semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel, dan instrumen dapat dilanjutkan untuk digunakan pada seluruh responden yang telah ditargetkan.

D. Hasil Uji Hipotesis & Pembahasan

1. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4.8
Correlations

Kendall's tau_b	PK		PK	PBI	PPP
		Correlation Coefficient	1.000	.664(**)	.561(**)
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
		N	88	88	88
	PBI	Correlation Coefficient	.664(**)	1.000	.671(**)
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
		N	88	88	88
	PPP	Correlation Coefficient	.561(**)	.671(**)	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
		N	88	88	88

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

Hasil

- Korelasi PK dengan PBI menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,664 dan *P value* $0,00 < 0,05$ (alpha)
- Korelasi PK dengan PPP menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,561 dan *P value* $0,00 < 0,05$ (alpha)
- Korelasi PBI dengan PPP menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,671 dan *P value* $0,00 < 0,05$ (alpha)

Kesimpulan

Dari hasil yang diperoleh menunjukkan seluruh nilai *sig* adalah 0,00 lebih kecil dari alpha (5%) sehingga dapat disimpulkan semua hipotesa berhasil didukung.

Kesimpulan secara rinci sebagai berikut:

- PK berkorelasi dengan PBI dan sifat korelasinya positif

- PK berkorelasi dengan PPP dan sifat korelasinya positif

- PBI berkorelasi dengan PPP dan sifat korelasinya positif

2. Pembahasan

Adapun pembahasan mengenai hubungan antara variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Perspektif Konsumen (PK) dengan Perspektif Bisnis Internal (PBI)

Berdasarkan hasil pengujian, pada output terlihat korelasi antara PK dengan PBI menghasilkan angka 0.664, Angka tersebut menunjukkan kuatnya korelasi antara PK dengan PBI karena nilai r di atas 0.5. Sedangkan tanda ‘***’ menunjukkan bahwa semakin tinggi PBI, maka akan semakin tinggi PK, dan begitu sebaliknya. Berdasarkan nilai probabilitas: jika probabilitas $> 0,05$ maka tidak terdapat korelasi, dan sebaliknya jika probabilitas $< 0,05$ maka terdapat korelasi. PK dengan PBI diperoleh nilai probabilitas $0,00 < 0,05$, maka terdapat korelasi yang signifikan, yang artinya hipotesis satu (**H1**) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa perspektif konsumen dapat memengaruhi perspektif bisnis internal. Artinya, dengan semakin tinggi perspektif konsumen sudah tentu memengaruhi perspektif bisnis internal. Adapun faktor-faktor dari kedua perspektif tersebut yaitu tingkat kepuasan masyarakat dan kualitas pelayanan (PK) serta inovasi dan layanan (PBI).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Gede Menari Yasa (2011), Ahmad Falah Rusdiyanto (2010), I Nyoman Suwardika (2011), Attique Ahmad (2012), Endy Dwi Putra (2013), Taiji Abe (2006), dan Pemita Kholifaturohmah (2011)

b. Perspektif Konsumen (PK) dengan Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran (PPP)

Hipotesis dua (H2) **diterima** yang berarti bahwa perspektif konsumen berkorelasi dengan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Hasil ini sejalan dengan penelitian Gede Menari Yasa (2011), Ahmad Falah Rusdiyanto (2010), I Nyoman Suwardika (2011), Attique Ahmad (2012), Endy Dwi Putra (2013), Taiji Abe (2006), dan Ramita Kholifaturrohmah (2011) yang mendukung hasil yang didapatkan penulis.

Berdasarkan hasil pengujian, pada output terlihat korelasi antara PK dengan PPP menghasilkan angka 0.561, Angka tersebut menunjukkan kuatnya korelasi antara PK dengan PPP karena nilai r di atas 0.5. Sedangkan tanda ‘***’ menunjukkan bahwa semakin tinggi PPP, maka akan semakin tinggi PK, dan begitu sebaliknya. Berdasarkan nilai probabilitas: jika probabilitas $> 0,05$ maka tidak terdapat korelasi, dan sebaliknya jika probabilitas $< 0,05$ maka terdapat korelasi. PK dengan PPP diperoleh nilai probabilitas $0,00 < 0,05$, maka terdapat korelasi yang signifikan. Adapun faktor-faktor dari kedua perspektif tersebut yaitu tingkat kepuasan masyarakat dan kualitas pelayanan (PK) serta kepuasan pegawai, retensi pegawai, dan produktivitas pegawai (PPP)

c. Perspektif Bisnis Internal (PBI) dengan Perspektif Pertumbuhan dan Pembelajaran (PPP)

Berdasarkan hasil pengujian, pada output terlihat korelasi antara PBI dengan PPP menghasilkan angka 0.671. Angka tersebut menunjukkan kuatnya korelasi

antara PBI dengan PPP karena nilai r di atas 0.5. Sedangkan tanda ‘***’ menunjukkan bahwa semakin tinggi PPP, maka akan semakin tinggi PBI, dan begitu sebaliknya. Berdasarkan nilai probabilitas: jika probabilitas $> 0,05$ maka tidak terdapat korelasi, dan sebaliknya jika probabilitas $< 0,05$ maka terdapat korelasi. PBI dengan PPP diperoleh nilai probabilitas $0,00 < 0,05$, maka terdapat korelasi yang signifikan, yang artinya hipotesis tiga (**H3**) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa perspektif bisnis internal dapat memengaruhi perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Artinya, dengan semakin tinggi perspektif bisnis internal sudah tentu memengaruhi perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Adapun faktor-faktor dari kedua perspektif tersebut yaitu inovasi dan layanan (PBI) serta kepuasan pegawai, retensi pegawai, dan produktivitas pegawai (PPP)

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Gede Menari Yasa (2011), Ahmad Falah Rusdiyanto (2010), I Nyoman Suwardika (2011), Attique Ahmad (2012), Endy Dwi Putra (2013), Taji Aha (2006) dan