

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Subyek / Objek Penelitian

##### 1. Sejarah umum Bank Panin

PT Bank Pan Indonesia, Tbk (selanjutnya disebut Panin Bank) merupakan salah satu bank komersial dan ritel terbesar di Indonesia. Didirikan pada 1971 dari hasil penggabungan usaha Bank Kemakmuran, Bank Industri Djaja, serta Bank Industri dan Dagang Indonesia, Panin Bank memperoleh izin sebagai bank devisa pada 1972. Selanjutnya pada 1982, Panin Bank melakukan penawaran saham perdana sekaligus menjadi bank pertama di Indonesia yang mencatatkan sahamnya dilantai bursa.

Ditopang fondasi fundamental yang kuat, Panin Bank mampu melewati berbagai periode sulit dalam perekonomian Indonesia. Tahun 1998 saat dilanda krisis ekonomi sebagai dampak resesi ekonomi Asia satu tahun sebelumnya, Panin Bank masih bisa bertahan sebagai Bank katagori “A” yang tidak memerlukan bantuan pemerintah untuk di rekapitalisasi, sedangkan pada periode-periode setelahnya, Panin Bank terus melaju mengembangkan berbagai produk dan layanan dibidang perbankan ritel dan komersial.

Panin Bank terus tumbuh menjadi salah satu bank SME terdepan di Indonesia dengan didukung sumber daya manusia (SDM) yang handal, melalui beragam produk dan layanan di segmen perbankan konsumen, *small medium enterprise* (SME) dan mikro, komersial, korporat, dan *treasury*, Panin Bank terus menjaga komitmen untuk tumbuh dengan kompetensi yang telah teruji dalam menciptakan

nilai sejalan dengan prinsip kehati-hatian. Panin Bank memiliki jaringan kantor yang merata di seluruh Nusantara. Hingga 2018, kami telah memiliki lebih dari 560 kantor cabang di seluruh Indonesia, serta satu kantor perwakilan di Singapura. Pelayanan prima Panin Bank juga didukung dengan perbankan *digital, mobile banking*, Biznet Panin, serta lebih dari 960 *automatic teller machine* (ATM) yang tersebar dari Aceh di ujung barat hingga Papua di pelosok timur Nusantara.

Hingga saat ini, Panin Bank juga terus meningkatkan penerapan proses tata kelola perusahaan yang baik, dan secara efektif memanfaatkan teknologi informasi untuk menjawab tuntutan pertumbuhan bisnis dan perkembangan zaman. Prestasi dan reputasi yang didapat Bank Panin dalam tahun-tahun terakhir salah satu diantaranya adalah Penghargaan *Excellence In Mobil Banking – Overall* dari *retail banker* internasional yang diserahkan pada acara *Asian Trailblazer Awards 2017* dan *Best Mobile Banking Project in Indonesia The Asian Banker Indonesia Contry Awards Programme 2017 for Teknologi Innovations*.

Keberhasilan Bank mencapai sasaran strategis sangat bergantung dari dukungan, kontribusi, dan komitmen dari SDM Bank yang berkualitas serta memiliki kompetensi yang tepat dalam memaksimalkan performa organisasi. Karyawan yang berkompeten dan berorientasi pada nasabah merupakan faktor yang menjamin terealisasinya janji Panin Bank kepada nasabah dalam memberikan layanan perbankan yang unggul. Demi mencapai hal tersebut Panin Bank secara konsisten terus mendorong pengembangan individu-individu di dalamnya. Sistem karir dan penilaian performa kerja yang komprehensif, Panin Bank memastikan bahwa karyawan mendapatkan *reward* yang sesuai. Selain itu sistem pengembangan yang disusun secara berjenjang mengikuti pengembangan tanggung

jawab dan kemajuan karir setiap individu turut menopang terbentuknya SDM unggul.

Bank menyadari bahwa setiap individu di dalam organisasi hanya dapat maju secara utuh apabila perusahaan memiliki budaya kerja yang positif. Hal ini diwujudkan melalui implementasi nilai-nilai kerja yang terangkum dalam I-CARE (*Integrity, Collaboration, Accountability, Respect dan Excellence*). Penerapan I-CARE dalam semua aspek kerja memungkinkan karyawan untuk bisa memahami perannya sebagai bagian dari proses pelayanan nasabah sekaligus memposisikan karyawan agar bisa bersinergi dengan visi dan misi Panin Bank untuk terus maju.

Kemajuan yang diraih secara konsisten oleh Panin Bank adalah hasil dari penerapan filosofi yang menekankan pada keseimbangan antara kehati-hatian dan pertumbuhan usaha yang progresif, selalu berpegang pada nilai kehati-hatian dalam menjalankan manajemen resiko, Panin Bank mampu mengatasi periode yang penuh dengan ketidakpastian serta guncangan ekonomi yang dasyat. Pertumbuhan usaha tetap selalu dijaga agar tetap kompetitif, sehingga Panin Bank bisa tetap memposisikan diri sebagai salah satu penggerak utama industri perbankan Indonesia.

Peningkatan pertumbuhan dan transformasi perusahaan dalam rangka mencari karyawan yang kompeten dan bisa diandalkan untuk kemajuan perusahaan kedepannya. Panin Bank selalu mencari calon sumber daya manusia yang handal dan bisa membawa perusahaan semakin maju dan berkembang untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Panin Bank mengajak para generasi muda untuk berkarier dan meraih mimpi bersama Panin Bank.

## 2. Misi dan Strategi

Bank Panin selalu berusaha menjalankan fungsi dan bisnis perusahaan untuk memberikan pelayanan secara maksimal demi kelancaran perekonomian di Indonesia. Bank Panin memiliki misi dan strategi sebagai berikut :

### a. Misi

Mentransformasikan Panin Bank menjadi salah satu bank terkemuka dalam perbankan konsumen dan bisnis di Indonesia.

### b. Strategi

- Nasabah

Fokus pada nasabah, memahami kebutuhan mereka dan memberikan layanan terpadu dan bernilai tambah.

- Produk

Mengembangkan dan mendistribusikan produk-produk yang inovatif untuk mendukung keberhasilan bisnis nasabah.

- Distribusi

Membangun kemampuan saluran distribusi *multi-channel* untuk menjangkau bisnis nasabah di seluruh Indonesia dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

- Efisiensi

Merekayasa ulang proses pelayanan untuk mempercepat transaksi nasabah dan memberikan pelayanan yang efisien dan kompetitif melalui perkembangan teknologi.

- Staf

Mempertahankan dan meningkatkan budaya perusahaan untuk menghargai sepenuhnya pencapaian individu dan terus memotivasi karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik serta meningkatkan produktivitas yang lebih tinggi.

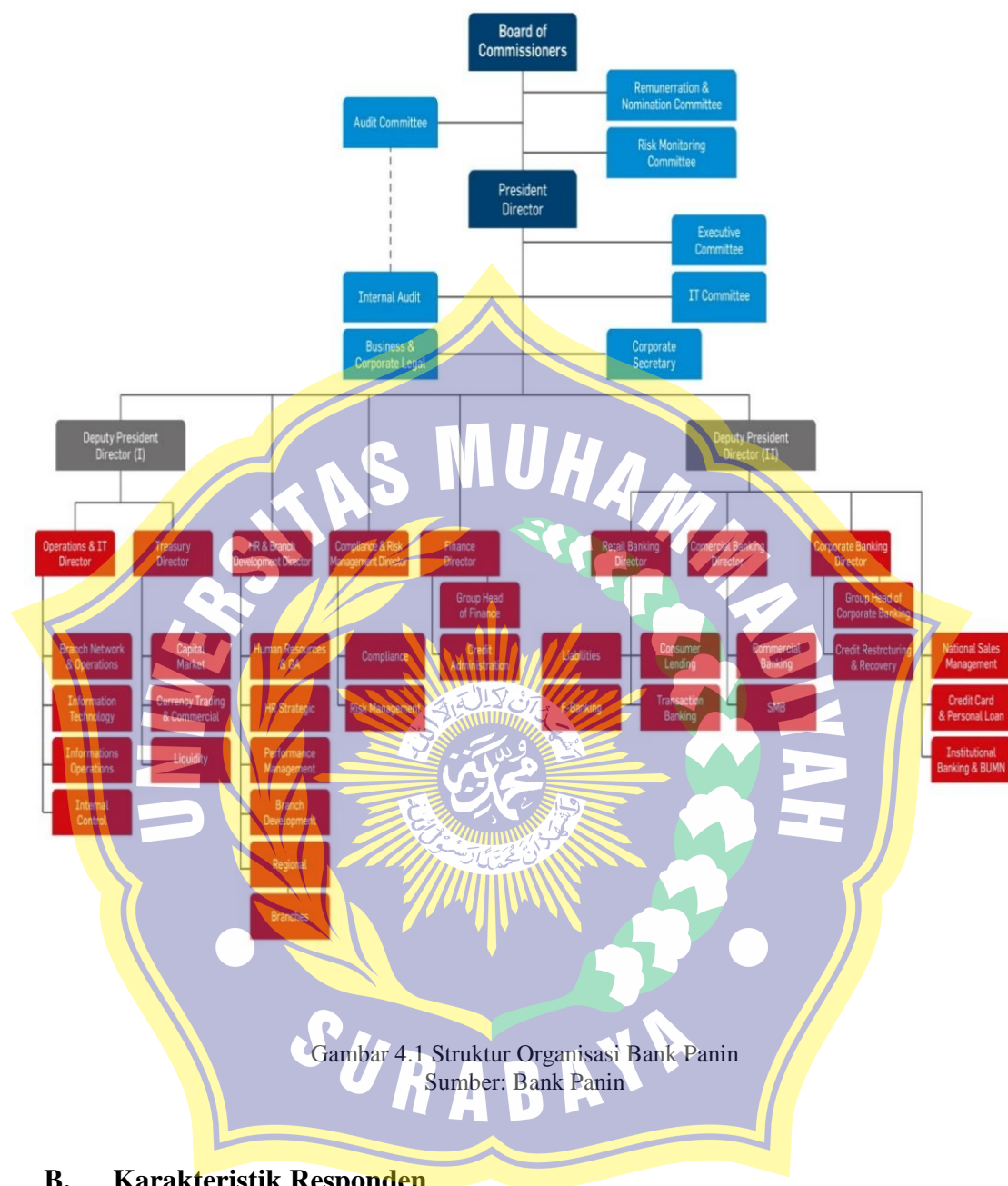
- Pemegang saham

Mendayagunakan ketergantungan bisnis inti dan *franchise value* kami untuk mencapai kinerja yang memuaskan agar dapat memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*).

### 3. Struktur Organisasi

Struktur perusahaan adalah kerangka tertentu yang berbentuk sedemikian rupa, dipakai dengan tujuan untuk menunjukkan hubungan secara formal terhadap setiap karyawan agar dapat bekerja saling berkesinambungan dan harmonis sesuai tatanan yang tertera tersebut dengan adanya struktur perusahaan, bisa diartikan sebagai gambaran secara jelas tugas, tanggung jawab dari jajaran pegawai untuk mampu bekerja maksimal, yang dikordinasikan sedemikian rupa dalam rangka serta tujuan kejelasan tugas dan fungsi setiap bagian demi mencapai keberhasilan tujuan perusahaan yang ditargetkan.

Struktur perusahaan ini diharapkan karyawan di PT. Bank Panin pada masing-masing bagian dapat mengetahui fungsi, tugas dan kewajiban yang harus dijalankan dan dilaksanakan serta mengetahui arah kerjanya seperti apa dan harus seperti apa dengan melihat structural yang ada. Gambaran dari struktur organisasi PT. Bank Panin dapat dilihat pada gambar berikut:



## B. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden atau karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya dengan sampel sebanyak 45 karyawan divisi marketing maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti, meliputi:



## 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan divisi marketing di PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya, maka distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden  
Berdasarkan Jenis Kelamin**

JENIS KELAMIN	JUMLAH	PRESENTASE (%)
Pria	34	76 %
Wanita	11	24 %
Total	45	100%

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, hasil data responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 34 orang dengan persentase 76 %. Sedangkan responden berjenis perempuan sebanyak 11 orang dengan persentase 24 %. Hal ini dapat disimpulkan bahwa karyawan marketing di bank Panin cabang Kenjeran Surabaya di dominasi oleh karyawan berjenis kelamin pria, peranan marketing pria dirasa mampu melaksanakan tugas dilapangan dengan lebih fleksibel dan optimal dari pada karyawan marketing wanita, di buktikan dengan hasil dari mendapatkan target bulanan dalam penjualan, cenderung karyawan berjenis pria mendapatkan hasil lebih cepat dan lebih besar dan memang tidak menutup kemungkinan karyawan marketing wanita juga mendapatkan hasil lebih tapi tidak begitu optimal dan cenderung marketing wanita lebih memilih di office daripada berhadapan langsung dengan konsumen dilapangan. Kemudian dipengaruhi juga oleh budaya di Bank Panin cabang Kenjeran yang sering mempekerjakan karyawan marketing dengan jenis kelamin

pria dibandingkan wanita yang diprioritaskan punya peranan lebih optimal ketika berada dilapangan.

## 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan divisi marketing di PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya, maka distribusi frekuensi responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

USIA	JUMLAH	PRESENTASE (%)
20 – 30 Tahun	18	40 %
31 – 40 Tahun	16	36 %
41 – 55 Tahun	11	24 %
> 55 Tahun	0	0 %
Jumlah	45	100%

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, hasil data responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 40 %. Responden yang berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 16 orang atau sebesar 36 %. Kemudian responden yang berusia 41-55 tahun sebanyak 11 orang atau sebesar 24 % dan responden >5 tahun tidak ada. Hal ini dapat disimpulkan bahwa karyawan marketing di bank Panin cabang Kenjeran Surabaya di dominasi karyawan lebih banyak berusia 20-30 tahun yaitu sebesar 40%. Faktor yang menjadi penyebab karyawan divisi marketing Bank Panin didominasi oleh karyawan yang berumur dibawah 30 tahun adalah faktor etos kerja yang lebih dominan menunjukkan semangat juang tinggi dalam melaksanakan pekerjaan, didapatkan pada rerata umur tersebut dan dalam pelaksanaan pekerjaan cenderung



tidak terjadi jarak (gap generation) antar karyawan sehingga menimbulkan rasa nyaman dalam bekerja.

### 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan divisi marketing di PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya, maka distribusi frekuensi responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden  
Berdasarkan Pendidikan**

PENDIDIKAN	JUMLAH	PRESENTASE (%)
SMA	10	22 %
D3	7	16 %
S1	23	51 %
S2/S3	5	11 %
Total	45	100 %

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, hasil data responden yang ada berdasarkan jenjang pendidikan responden menunjukkan bahwa responden yang berpendidikan SMA berjumlah 10 orang atau sebesar 22 %, responden yang berpendidikan D3 berjumlah 7 orang atau sebesar 16% dan responden yang berpendidikan Sarjana berkisar 23 orang atau sebesar 51 % dan responden yang berpendidikan S2/S3 berjumlah 5 orang atau sebesar 11 %. Hal ini dapat disimpulkan bahwa karyawan marketing di bank Panin cabang Kenjeran Surabaya di dominasi oleh karyawan yang berpendidikan S1 berjumlah 23 orang atau sebesar 51 %. Faktor yang menjadi penyebab karyawan divisi marketing lebih didominasi oleh karyawan yang berpendidikan sarjana S1 adalah lulusan yang sudah bergelar sarjana pada umumnya memiliki pola pikir yang matang dan bisa diandalkan karena karyawan dengan pendidikan Strata S1 sudah terbiasa memiliki pola pikir luas dan kritis yang

snagat dibutuhkan oleh setiap dalam membangun perusahaan agar lebih maju dan berkemban kedepannya dengan adanya karyawan S1. Serta mudah di arahkan dan bisa beradaptasi dengan cepat dalam dunia kerja, dalam berkomunikasi lebih tertata bahasanya daripada karyawan yang berpendidikan dibawahnya. Penjelasan diatas yang menjadi alasan kenapa bank panin lebih didoninasi lulusan Strata S1 daripada faktor lain.

#### 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Kerja

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan divisi marketing di PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya, maka distribusi frekuensi responden berdasarkan lama kerja dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Lama Kerja**

LAMA KERJA	JUMLAH	PRESENTASE (%)
1 s/d 2 Tahun	14	32 %
3 s/d 5 Tahun	18	40 %
5 s/d 10 Tahun	8	17 %
> 10 Tahun	5	11 %
Total	45	100 %

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, hasil data responden berdasarkan masa kerja menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki masa kerja 1-2 tahun sebanyak 14 orang atau presentase sebesar 32 %. Karyawan yang memiliki masa kerja 3-5 tahun sebanyak 18 orang atau presentase sebesar 40 %. Kemudian Karyawan yang memiliki masa kerja 5-10 tahun sebanyak 8 orang atau presentase sebesar 17 %. Dan karyawan yang memiliki masa kerja >10 tahun sebanyak 5 orang atau sebesar 11 %. Hal ini dapat disimpulkan bahwa lama kerja karyawan marketing di bank

Panin cabang Kenjeran Surabaya di dominasi karyawan dengan rata-rata masa kerja dari 3-5 tahun. Dapat ditarik kesimpulan bahwa yang menjadi faktor lama kerja karyawan didominasi oleh para pekerja dengan rata-rata kerja diatas 3-5 tahun adalah karena faktor pemberian balas jasa berupa remunerasi yang dirasa oleh karyawan divisi marketing cukup, entah itu berupa gaji pokok, imbalan, atau bonus dan bisa juga berupa tunjangan hari tua, dalam memenuhi kebutuhan hidup setiap karyawan divisi marketing. mungkin rasa nyaman dalam bekerja dibank panin dan malas mencari pekerjaan lain menjadi penyebab bayank karyawan divisi marketing bank panin yang masih bertahan bertahun-tahun dan karyawan yang bekerja di bank panin selama 3-5 tahun yang paling mendominasi daripada rata-rata lama kerja lain dengan jumlah 18 karyawan divisi marketing dengan presentase mencapai 40%.

#### 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Gaji

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada karyawan divisi marketing di PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya, maka distribusi frekuensi responden berdasarkan gaji dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji**

GAJI	JUMLAH	PRESENTASE (%)
Rp. 3.000.000 s/d Rp. 5.000.000	17	38 %
Rp. 5.000.000 s/d Rp. 7.000.000	14	31 %
Rp. 7.000.000 s/d Rp. 9.000.000	10	22 %
> Rp. 9.000.000	4	9 %
Total	45	100 %

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, hasil data responden berdasarkan gaji menunjukkan bahwa responden dengan gaji Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000

sebanyak 17 orang dengan persentase 38 %. Responden dengan gaji Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000 sebanyak 14 orang dengan persentase 31 %. Kemudian responden dengan gaji Rp 7.000.000 – Rp 9.000.000 sebanyak 10 orang dengan persentase 22 %. Dan responden dengan gaji >Rp 9.000.000 sebanyak 4 orang dengan persentase 13%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa karyawan marketing di bank Panin cabang Kenjeran Surabaya didominasi oleh yang bergaji Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000. Hasil data diatas menunjukkan bahwa perolehan yang didapatkan karyawan divisi marketing cabang kenjeran tergolong kecil dengan gaji antara Rp. 3.000.000 – Rp 5.000.000 dengan presentase 38%, responden berjumlah 17 karyawan, yang merupakan nominal gaji paling rendah daripada pilihan nominal lainnya.

### C. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian yaitu karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya. Untuk mengetahui pengaruh remunerasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan divisi marketing. Penulis dalam penelitian ini menyebarkan 45 kuesioner kepada karyawan divisi marketing. Hasil pengolahan data selanjutnya diuraikan mengenai variabel-variabel bebas yang merupakan pengaruh dari variabel terikat dan diukur menggunakan *skala likert*. Setelah dilakukan tabulasi data semua kuesioner bisa dinyatakan valid dan layak untuk selanjutnya dilakukan dianalisis. Hasil deskripsi penilaian dari responden dapat tersaji seperti berikut ini.

## 1. Distribusi Frekuensi Mengenai Variable Remunerasi ( $X_1$ )

Hasil dari penyebaran kuesioner tentang remunerasi diperoleh jawaban dari responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi  
Variabel Remunerasi ( $X_1$ )**

No	Uraian	Jawaban					Persentase				
		STS	TS	N	S	SS	STS	TS	N	S	SS
1	$X_{1.1}$	4	7	3	28	3	8,9	15,6	6,7	62,2	6,7
2	$X_{1.2}$	0	7	9	24	5	0	15,6	20,0	53,3	11,1
3	$X_{1.3}$	0	4	14	22	5	0	8,9	31,1	48,9	11,1
4	$X_{1.4}$	0	2	6	30	7	0	4,4	13,3	66,7	15,6
5	$X_{1.5}$	0	3	4	29	9	0	6,7	8,9	64,4	20,0

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden pada pernyataan  $X_{1.1}$ , hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju, 3 responden menyatakan netral, 7 responden menyatakan tidak setuju dan 4 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan  $X_{1.2}$ , hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 5 responden sangat setuju, 24 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 7 responden menyatakan tidak setuju dan ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan  $X_{1.3}$ , hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 5 responden sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan netral, 4 responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan  $X_{1.4}$ , menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden

yang menyatakan sangat tidak setuju. Pada pernyataan  $X_{1.5}$ , menunjukkan bahwa sebanyak 9 responden sangat setuju, 29 responden menyatakan setuju, 4 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

## 2. Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Motivasi ( $X_2$ )

Hasil dari penyebaran kuesioner tentang remunerasi diperoleh jawaban dari responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi  
Variabel Motivasi ( $X_2$ )**

No	Uraian	Jawaban					Persentase %				
		STS	TS	N	S	SS	STS	TS	N	S	SS
1	$X_{2.1}$	0	2	13	20	10	0	4,4	28,9	44,4	22,2
2	$X_{2.2}$	4	8	6	26	1	8,9	17,8	13,3	57,8	2,2
3	$X_{2.3}$	0	0	14	26	5	0	0	31,1	57,8	11,1
4	$X_{2.4}$	0	4	18	21	2	0	8,9	40,0	46,7	4,4
5	$X_{2.5}$	0	5	9	29	2	0	11,1	20,0	64,4	4,4

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden pada pernyataan  $X_{2.1}$ , menunjukkan bahwa sebanyak 10 responden sangat setuju, 20 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan  $X_{2.2}$ , menunjukkan bahwa sebanyak 1 responden sangat setuju, 26 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan netral, 8 responden menyatakan tidak setuju dan 8 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan  $X_{2.3}$ , menunjukkan bahwa sebanyak 5 responden sangat setuju, 26 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan netral, tidak ada



responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan X<sub>2,4</sub>, menunjukkan bahwa sebanyak 2 responden sangat setuju, 21 responden menyatakan setuju, 18 responden menyatakan netral, 4 responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan X<sub>2,5</sub>, menunjukkan bahwa sebanyak 2 responden menyatakan sangat setuju, 29 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

### 3. Distribusi Frekuensi Mengenai Variabel Kinerja (Y)

Hasil dari penyebaran kuesioner tentang remunerasi diperoleh jawaban dari responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi  
Variabel Kinerja(Y)**

No	Uraian	Jawaban					Persentase %				
		STS	TS	N	S	SS	STS	TS	N	S	SS
1	Y1	4	8	6	23	4	8,9	17,8	13,3	51,1	8,9
2	Y2	6	2	6	28	3	13,3	4,4	13,3	62,2	6,7
3	Y3	1	5	14	21	4	2,2	11,1	31,1	46,7	8,9
4	Y4	2	9	10	22	2	4,4	20,0	22,2	48,9	4,4
5	Y5	5	5	9	22	4	11,1	11,1	20,0	48,9	8,9
6	Y6	2	3	7	23	10	4,4	6,7	15,6	51,1	22,2
7	Y7	2	7	9	20	7	4,4	15,6	20,0	44,4	15,6
8	Y8	6	6	10	17	6	13,3	13,3	22,2	37,8	13,3

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa tanggapan responden pada pernyataan Y1, menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden sangat setuju, 23 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan netral, 8 responden

menyatakan tidak setuju dan 4 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan Y2, menunjukkan bahwa sebanyak 3 responden sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju, 6 responden menyatakan netral, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 6 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan Y3, menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden sangat setuju, 21 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan Y4, menunjukkan bahwa sebanyak 2 responden sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan netral, 9 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan Y5, menunjukkan bahwa sebanyak 4 responden sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju dan 5 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan Y6, menunjukkan bahwa sebanyak 10 responden sangat setuju, 23 responden menyatakan setuju, 7 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan Y7, menunjukkan bahwa sebanyak 7 responden sangat setuju, 20 responden menyatakan setuju, 9 responden menyatakan netral, 7 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Pernyataan Y8, menunjukkan bahwa sebanyak 6 responden sangat setuju, 17 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan netral, 6 responden menyatakan tidak setuju dan 6 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

## D. Analisis Data

Penelitian ini, telah dilakukan penyebaran kuisioner terhadap 45 responden sehingga diperoleh data yang bersifat data primer, dan data yang diperoleh perlu di uji dengan beberapa pengujian. Hal ini bertujuan agar penelitian ini dapat menyajikan data yang akurat. Uji yang pertama adalah uji kuisioner yang meliputi uji validitas dan uji reabilitas. Uji asumsi klasik dan uji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda, alat yang digunakan adalah uji F untuk mengetahui secara bersama-sama atau simultan dan uji t untuk mengetahui secara parsial. Hasil uji adalah sebagai berikut:

### 1. Pengujian Instrumen Penelitian

#### a. Hasil Pengujian Validitas

Alat ukur penelitian tentang karakteristik sebenarnya yang diukur dan menunjukkan tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrumen. Alat ukur dapat dikatakan memiliki validitas apabila tidak memungkinkan terjadinya *measurement error*, baik *random error* maupun *systematic error*. Analisis validitas item bertujuan untuk menguji apakah tiap item pernyataan dalam kuesioner telah benar-benar tepat, untuk mengetahui kelayakan dan ketepatan model, maka nilai koefisien korelasi *product moment pearson* harus memenuhi tingkat signifikansi tertentu. Hasil uji validitas dalam penelitian ini dari setiap item pernyataan yang diajukan dalam kuesioner yang telah di sebarakan kepada responden adalah sebagai berikut:

#### 1) Uji Validitas Variabel Remunerasi ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil pengolahan data uji validitas variabel remunerasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas  
Variabel Remunerasi (X1)**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0,546	0,2483	Valid
X1.2	0,579	0,2483	Valid
X1.3	0,395	0,2483	Valid
X1.4	0,402	0,2483	Valid
X1.5	0,410	0,2483	Valid

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dijelaskan bahwa, variabel remunerasi X1 yang terdiri dari 5 item pernyataan. Hasil nilai kolerasi setiap item pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel remunerasi dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

2) Uji Validitas variabel Motivasi (X<sub>2</sub>)

Berdasarkan hasil pengolahan data uji validitas variabel motivasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas  
Variabel Motivasi (X<sub>2</sub>)**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.1	0,603	0,2483	Valid
X2.2	0,536	0,2483	Valid
X2.3	0,398	0,2483	Valid
X2.4	0,529	0,2483	Valid
X2.5	0,408	0,2483	Valid

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat dijelaskan bahwa, variabel motivasi ( $X_2$ ) yang terdiri dari 5 item pernyataan. Hasil nilai kolerasi setiap item pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel motivasi dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

### 3) Uji Validitas Variabel Kinerja (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data uji validitas variabel kinerja dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas  
Variabel Kinerja (Y)**

Item pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y1	0,429	0,2483	Valid
Y2	0,457	0,2483	Valid
Y3	0,451	0,2483	Valid
Y4	0,449	0,2483	Valid
Y5	0,622	0,2483	Valid
Y6	0,392	0,2483	Valid
Y7	0,367	0,2483	Valid
Y8	0,422	0,2483	Valid

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dijelaskan bahwa, variabel kinerja (Y) yang terdiri dari 8 item pernyataan. Hasil nilai kolerasi setiap item pernyataan mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel kinerja dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

## b. Hasil Pengujian Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan reliabel atau handal, jika alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berbeda senantiasa menunjukkan hasil yang relatif sama. Pengujian reliabilitas suatu instrumen dapat digunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ), dimana suatu alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

Hasil dari pengujian reliabilitas terhadap remunerasi ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ), dan kinerja ( $Y$ ) dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas  
Case Processing Summary Dan Reliabeliti Statistik**

		N	%
Cases	Valid	45	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	45	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,621	18

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel remunerasi ( $X_1$ ) variabel motivasi ( $X_2$ ) dan variabel kinerja ( $Y$ ) hasil nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ . Jumlah 18 pernyataan, dapat disimpulkan bahwa pernyataan kuesioner tersebut telah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai yang ditentukan sebesar 0,60 berarti kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian.



## 2. Pengujian Asumsi Klasik

### a. Hasil Pengujian Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Kolmogorov – Smirnov (KS) dengan dasar pengambilan keputusan yang pertama, jika nilai signifikansi (sig.) lebih besar dari 0.05 maka data penelitian berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig.) lebih kecil dari 0.05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas melalui SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Hasil Pengujian Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,26321728
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,098
	Negative	,098
Kolmogorov-Smirnov Z		-,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,655
		,785

Sumber : data diolah (2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa nilai (sig.) 0,785 lebih besar dari 0.05 dan bisa disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Ghozali (2011:160-165), menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residu mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

## b. Hasil Pengujian Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas yaitu remunerasi (X1) dan motivasi (X2). Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance*  $< 0,1$  atau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $> 10$ , maka terjadi multikolinearitas. Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini terdapat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.14 Hasil Pengujian Multikolinearitas**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 remunerasi (X1)	,877	1,140
MOTIVASI (X2)	,877	1,140

a. Dependent Variable: KINERJA (Y)

Sumber : data diolah (2020)

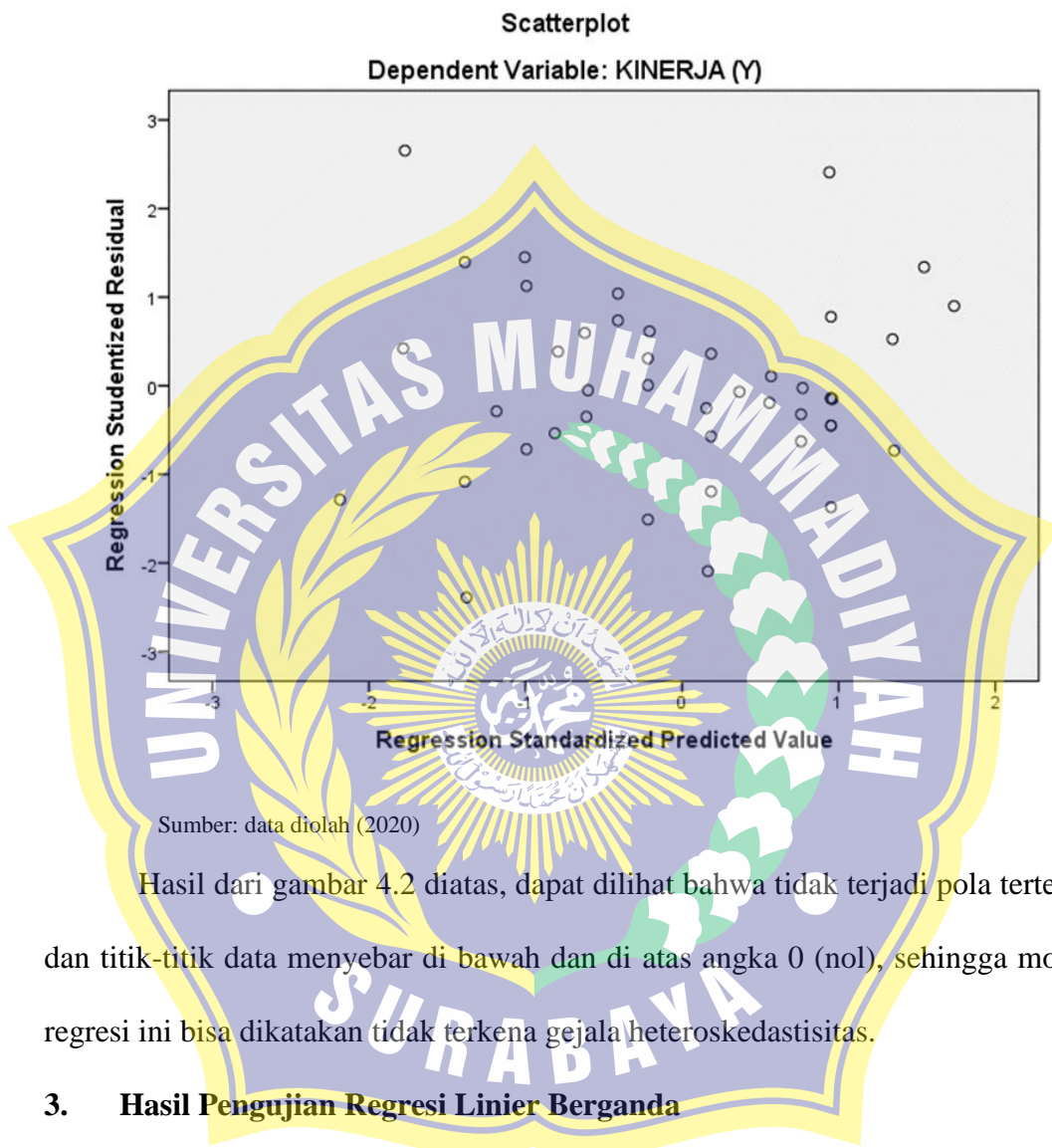
Berdasarkan hasil tabel 4.14 dapat dilihat bahwa besarnya nilai *tolerance* untuk masing-masing variabel  $> 0,1$  dan nilai VIF untuk masing-masing variabel bebas mempunyai nilai  $< 10$ . Variabel remunerasi dan motivasi tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi atau tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel remunerasi dan motivasi. Tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam regresi tersebut.

## c. Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji gejala heteroskedastisitas digunakan gambar *scatterplot*. Bila pada gambar *scatterplot* terbentuk suatu pola tertentu, maka dapat diambil kesimpulan terjadi gejala heteroskedastisitas dan bila tidak terbentuk suatu pola

tertentu atau titik-titik data menyebar dibawah dan diatas angka 0 (nol), maka gejala heteroskedastisitas tidak terjadi.

**Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas**



Hasil dari gambar 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa tidak terjadi pola tertentu dan titik-titik data menyebar di bawah dan di atas angka 0 (nol), sehingga model regresi ini bisa dikatakan tidak terkena gejala heteroskedastisitas.

### 3. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Hasil dari analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 20.0 *for windows* dengan tujuan meramalkan suatu variabel kinerja (dependen) dengan adanya perubahan dari variabel remunerasi dan motivasi (independen) diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

**Tabel 4.15 Regresi Linier Berganda**

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients (B)</i>	<i>Standardized Coefficients Beta</i>	t hitung	Sig	Keterangan
<i>Constant</i>	4,672		.831	.411	Tidak Signifikan
Remunerasi ( $X_1$ )	.835	.435	3,151	.003	Signifikan
Motivasi ( $X_2$ )	.407	.210	1,521	.136	Tidak Signifikan
R					.546 <sup>a</sup>
Adjusted R Square					.298
F hitung					667,11
Sig. F					.001 <sup>b</sup>
A					0,05
Keterangan					
Jumlah Data				45	
Dependen Variabel				Disiplin Kerja	

Sumber: data diolah (2020)

Hasil dari tabel 4.15 diatas, diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 0,831 + 0,835X_1 + 0,407X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi yang diperoleh dari perhitungan tersebut diatas maka dapat dijelaskan bahwa variabel remunerasi ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja (Y) divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya. Untuk lebih jelasnya dapat diterangkan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Konstanta} = 4,627$$

Nilai konstanta 4,627 menunjukkan bahwa apabila variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$  dalam kondisi tetap atau konstan, maka besarnya nilai kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya (Y) sebesar 4,627 satuan.

$$\text{Nilai } b_1 = 0,835$$

Nilai  $b_1$  menunjukkan nilai 0,835 dan memiliki tanda koefisien regresi yang

positif. Artinya bahwa apabila variabel remunerasi ( $X_1$ ) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,835 satuan. Asumsi variabel  $X_2$  dalam kondisi tetap atau konstan.

$$\text{Nilai } b_2 = 0,407$$

Nilai  $b_2$  menunjukkan nilai 0,407 dan memiliki tanda koefisien regresi yang positif. Artinya bahwa apabila variabel motivasi ( $X_2$ ) mengalami kenaikan 1 satuan, maka kinerja (Y) karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya akan mengalami peningkatan sebesar 0,407 satuan. Dengan asumsi variabel  $X_1$  dalam kondisi tetap atau konstan.

#### 4. Uji Koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi ( $R^2$ )

##### a. Hasil uji koefisien korelasi (R)

Menggambarkan besarnya hubungan antara variabel remunerasi ( $X_1$ ), motivasi ( $X_2$ ) terhadap kinerja (Y). Interpretasi tingkat hubungan antara variabel X dan Y dapat dilihat dari tabel interpretasi koefisien korelasi dalam Sugiyono (2012:319) sebagai berikut :

**Tabel 4.16 Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval koefisien korelasi	Tingkat hubungan
0,00 – 0,734	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2012:319)

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,546 dan nilai tersebut jika dilihat pada tabel 4.16 menunjukkan pada tingkat hubungan yang sedang. Berarti bahwa terdapat hubungan yang sedang antara remunerasi dan

motivasi terhadap kinerja karyawan divisi marketing PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya.

**b. Koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,298. Angka ini menunjukkan bahwa remunerasi dan motivasi memberikan variasi atau mampu memberikan kontribusi terhadap variabel kinerja karyawan divisi marketing PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya sebesar 27,8%, sedangkan sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

**5. Pengujian Hipotesis**

1. Pengujian hipotesis yang berbunyi “Diduga Remunerasi dan motivasi berpengaruh simultan terhadap Kinerja Karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya”. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji-f, yang bertujuan untuk melihat hubungan apakah remunerasi dan motivasi berpengaruh simultan terhadap kinerja karyawan divisi marketing. Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui remunerasi motivasi dengan nilai sig sebesar 0,001 sehingga ( $0,001 < 0,05$ ) dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa H<sub>1</sub> diterima.
2. Diduga Remunisasi memiliki pengaruh secara dominan terhadap kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin Cabang Kenjeran Surabaya. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji t yang bertujuan untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kinerja. Berdasarkan hasil tabel 4.15 menunjukkan bahwa variabel remunerasi berpengaruh paling dominan terhadap kinerja karyawan divisi marketing dengan nilai sebesar 0.835. Sedangkan variabel motivasi tidak berpengaruh terhadap kinerja



karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya dengan menunjukkan nilai yang lebih rendah daripada variabel remunerasi dengan nilai 0,407. Dari hasil penjelasan diatas maka  $H_2$  diterima.

#### **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa remunerasi dan motivasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya, sedangkan menurut fakta yang terjadi dilapangan sesuai dengan pengamatan peneliti dan hasil wawancara secara langsung dari beberapa karyawan dapat dilihat bahwa remunerasi yang didapatkan sebagian karyawan dirasa kurang dan tidak adil dikarenakan ada beberapa karyawan yang mengantungkan target bulanan terhadap karyawan marketing lain, serta kurangnya motivasi pada individu dalam menjalankan tugas dan kewajiban dalam bekerja di Bank Panin cabang Kenjeran surabaya. Dari temuan hipotesis dan fakta yang ada, bisa dikatakan bahwa remunerasi dan motivasi berpengaruh simultan terhadap kinerja dengan nilai hasil koefisien korelasi hanya sebesar ( $R^2$ ) 0,298 presentase hanya sebesar 29,8% bisa dikatakan sesuai dengan hasil dan fakta yang ada. Ketika pemberian remunerasi sudah sesuai dengan apa yang diharapkan karyawan dan motivasi karyawan dalam bekerja dapat terdorong maka kinerja yang didapat akan maksimal. Remunerasi dan motivasi berkaitan erat dengan kesejahteraan karyawan di perusahaan dan juga merupakan imbalan atas jasa yang diberikan perusahaan kepada karyawan sebagai bentuk balas jasa dalam bentuk uang atas tenaga, pikiran yang telah disumbangkan (gaji), insentif, benefit, bonus dan komisi, tunjangan yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka pencapaian

tujuan perusahaan. Seperti yang telah dipaparkan oleh Mondy (dalam Marwansyah, 2010:269) mengatakan bahwa remunerasi adalah sebagai bentuk imbalan yang diterima oleh seorang karyawan atas kontribusi mereka terhadap organisasi.

Di dukung dengan hasil penelitian Azis (2013) bahwa hasil penelitian remunerasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai kantor pelayanan pajak pratama Tuban. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil temuan R square atau  $R^2$  sebesar 0,739. Hasil ini menunjukkan bahwa kebijakan pemberian remunerasi yang tepat, adil dan diterima oleh pegawai maka akan meningkatkan kinerja pegawai kantor pelayanan pajak pratama Tuban dengan nilai signifikan sebesar 73,9% terhadap variabel kinerja sedangkan sisanya sebesar 26,1% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sedangkan motivasi adalah menentukan semangat yang didapat dalam bekerja, baik secara individu maupun berkelompok dan bersumber dari dalam diri sendiri maupun bersumber dari seseorang. Widodo (2015:187) mengemukakan bahwa motivasi adalah suatu proses psikologis yang mencerminkan interaksi antar sikap, kebutuhan, persepsi dan keputusan yang terjadi pada seseorang dan motivasi sebagai proses psikologis yang timbul oleh faktor diri sendiri maupun orang lain.

2. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa variabel remunerasi berpengaruh dominan dengan nilai 0,835 dari variabel motivasi yang mempunyai nilai lebih rendah sebesar 0,407 yang berpengaruh terhadap kinerja. Hasil di atas menyatakan bahwa remunerasi berpengaruh lebih besar daripada motivasi terhadap kinerja karyawan divisi marketing yang ada pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya.