

Abstrak

Saat ini, persaingan dalam perusahaan sangat ketat, juga dalam bidang jasa, seperti Rumah Sakit. Mutu, kualitas serta kecanggihan alat kedokteran menjadi faktor penilai yang sangat penting untuk sebuah Rumah Sakit. Selain itu, sumber daya manusia yang handal dan berkompeten, juga menjadi faktor penting dalam penilaian mutu sebuah Rumah Sakit.

Kepemimpinan transaksional dan transformasional dapat menjadi cara atau pedoman bagi para pemimpin untuk dapat menilai, mengetahui apa yang dibutuhkan oleh para karyawannya. Baik itu berupa kompensasi, motivasi, pengakuan baik oleh pemimpin dll. Hal ini dapat mendorong karyawan untuk meningkatkan kinerjanya.

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan sebanyak 30 orang dengan metode *survey* dan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data dari para karyawan RSGM (Rumah Sakit Gigi Mulut) Maranatha Bandung. Pengolahan data menggunakan SPSS 17 dan pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda. Variabel penelitian ini adalah Kepemimpinan Transaksional dan Transformasional sebagai variabel *Independent* dan Kinerja Karyawan sebagai Variabel *Dependent*.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kepemimpinan transaksional dan Transformasional di RSGM (Rumah Sakit Gigi Mulut) Maranatha Bandung.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor Kepemimpinan Transaksional berpengaruh terhadap faktor Kinerja Karyawan, dapat diterima dengan besar pengaruh 17.9% dan faktor Kepemimpinan Transformasional berpengaruh terhadap faktor Kinerja Karyawan, dapat diterima dengan besar pengaruh 8.6% dan sisanya 73.5% dipengaruhi faktor lain. Pengujian hipotesis menggunakan uji ANOVA menunjukkan bahwa variabel *Independent* Kepemimpinan Transaksional dan Transformasional yang diteliti terbukti mempengaruhi variabel *Dependent* Kinerja Karyawan.

Kata Kunci : Kepemimpinan Transaksional, Kepemimpinan Transformasional, Kinerja Karyawan.

DAFTAR ISI

	HAL
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar belakang	1
1.2	identifikasi Masalah	4
1.3	Tujuan Penelitian	5
1.4	Kegunaan Penelitian	6
1.5	Waktu dan lokasi penelitian	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Defenisi Kepemimpinan.....	7
2.2	Definisi Kepemimpinan Transaksional.....	7
2.2.1	Elemen Kepemimpinan Transaksional.....	8
2.2.2	Dimensi Kepemimpinan Transaksional.....	9
2.3	Definisi Kepemimpinan Transformasional.....	9
2.3.1	Elemen Kepemimpinan Transformasional.....	10
2.3.2	Dimensi Kepemimpinan Transformasional.....	11
2.3.3	Prinsip-Prinsip Kepemimpinan Transformasional.....	12

2.4	Perbedaan Kepemimpinan Transaksional dan Transformasional.....	13
2.5	Hubungan Kepemimpinan Transaksional dan Transformasional.....	15
2.6	Kinerja Karyawan Loyalitas dan Siklus Pembelian	15
2.6.1	Definisi Kinerja Karyawan.....	15
2.6.2	Faktor-faktor Kinerja Karyawan.....	17
2.7	Dimensi Kinerja Karyawan	19
2.8	Hubungan Kepemimpinan Transaksional dan Kinerja Karyawan.....	20
2.9	Hubungan Kepemimpinan Transformasional dan Kinerja Karyawan.....	20
2.10	Rerangka Pemikiran.....	20
2.11	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	23
2.12	Hipotesis Penelitian.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.5	Metode Analisis Data.....	32
3.5.1	Uji Normalitas.....	32
3.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.5.3	Uji Korelasi.....	36
3.5.3	Uji Hipotesis.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
4.1.1	Uji validitas.....	39
4.1.2.	Uji reliabilitas.....	41
4.2	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	42
4.2.1	Variabel Kepemimpinan Transaksional.....	43

4.2.2	Variabel Kepemimpinan Transformatif.....	50
4.2.3	Variabel Kinerja Karyawan.....	59
4.3	Pengaruh Kepemimpinan Transaksional dan Transformatif Terhadap Kinerja Karyawan.....	72
4.3.1	Uji Asumsi Klasik.....	72
4.3.2	Uji Normalitas.....	72
4.3.3	Analisis Koefisien Korelasi.....	73
4.3.4	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	75
4.3.5	Pengujian Hipotesis simultan (Uji F).....	77
4.3.6	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t).....	78
4.3.7	Analisis Koefisien Determinasi.....	80
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3.1	Uji Korelasi.....	36
Tabel 4.1	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kepemimpinan Transaksional.....	39
Tabel 4.2	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kepemimpinan Transformasional.....	40
Tabel 4.3	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Karyawan	40
Tabel 4.4	Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	42
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	
Tabel 4.5	Kemampuan Untuk Mengenali Merek Produk Samsung Galaxy....	
Tabel 4.6	Kemampuan Untuk Mengingat Merek Pada Level Top Of Mind Samsung Galaxy	
Tabel 4.7	Ciri Khas Yang Membedakan Produk Samsung Galaxy	
Tabel 4.8	Kemampuan Pelanggan Dalam Mengenali Iklan Merek Produk Samsung Galaxy	
Tabel 4.9	Kemampuan Pelanggan Dalam Mengenali Varian Merek Produk Samsung Galaxy	
Tabel 4.10	Manfaat Produk Samsung Galaxy	
Tabel 4.11	Kesesuaian Dengan Gaya Hidup Samsung Galaxy	
Tabel 4.12	Kredibilitas Perusahaan Samsung Galaxy	
Tabel 4.13	Nilai Merek Produk Lebih Inovatif Samsung Galaxy	
Tabel 4.14	Pencitraan Merek Produk Dibenak Konsumen Samsung Galaxy ...	

Tabel 4.15	Overall Quality Samsung Galaxy
Tabel 4.16	Samsung Reliability/ Kehandalan Galaxy
Tabel 4.17	Functional Samsung Galaxy
Tabel 4.18	Popularitas Suatu Merek Produk Samsung Galaxy
Tabel 4.19	Kualitas Produk Yang Diharapkan Konsumen Samsung Galaxy ...
Tabel 4.20	Komitmen Pelanggan Samsung Galaxy
Tabel 4.21	Rekomendasi Pelanggan Samsung Galaxy Ke Pihak Lain
Tabel 4.22	Kebiasaan Memilih Merek Samsung Galaxy
Tabel 4.23	Kepuasan Terhadap Merek Samsung Galaxy
Tabel 4.24	Kefanatikan Terhadap Merek Samsung Galaxy
Tabel 4.25	Merekomendasikan Kepada Orang Lain Samsung Galaxy
Tabel 4.26	Melakukan Pembelian Diluar Lini Produk Samsung Galaxy (Bag 1)
Tabel 4.27	Melakukan Pembelian Diluar Lini Produk Samsung Galaxy (Bag 2)
Tabel 4.28	Menolak Produk Lain Dan Kebal Terhadap Daya Tarik Pesaing
Tabel 4.29	Melakukan Pembelian Secara Teratur Samsung Galaxy
Tabel 4.30.	Uji Validitas Variabel X : Kesadaran Merek (Km), Asosiasi Merek (Am), Persepsi Kualitas (Pk), Loyalitas Merek (Lm)
Tabel 4.31	Uji Validitas Variabel Y Loyalitas Pelanggan (Lp)
Tabel 4.32	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel 4.33	Uji Normalitas
Tabel 4.34	Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.35	Uji Heteroskedastisitas
Tabel 4.36	Hasil Regresi Berganda
Tabel 4.37	Hasil Uji – F
Tabel 4. 38	Hasil Koefesien Determinasi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Brand Awareness	27
Gambar 2.2	Nilai dari Asosiasi Merek	29
Gambar 2.3	Nilai dari Kesan Kualitas	31
Gambar 2.4	Piramida Brand Royalty	35
Gambar 2.5	Piramida Brand Royalty	36
Gambar 2.6	Kerangka Pemikiran	47
Gambar 2.7	Model Penelitian	49
Gambar 4.1	pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.....	105