

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

JUDUL / NAMA / TAHUN	VARIABEL YANG DIGUNAKAN	ALAT ANALISIS	HASIL PENELITIAN
Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien (Kasus Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Pekanbaru) Metha Aryska, Kasmirudin Kasmirudin Published February 2017	X1 : Reputasi Perusahaan X2 : Kualitas pelayanan Y : Kepuasan Pasien	Analisis Deskriptif	<ol style="list-style-type: none">1. The study was conducted with descriptive analysis method, by collecting 100 questionnaires data then tabulated into a table that is further described systematically and to determine which variables are most dominant in determining patient satisfaction by using SPSS 21:00 as data processing tools.2. Rated R Square of 0.667 which indicates that customer satisfaction is able to be explained by the company's reputation and the quality of

			<p>services by 66.7% while the remaining 33.3% is explained by other causes.</p> <p>3. The influence of the company's reputation and quality of service to positive patient satisfaction, which means that every increase in the implementation of the company's reputation and the quality of service it will cause an increase in the patient satisfaction.</p>
<p>Pengaruh Reputasi Sebagai Variabel Intervening Terhadap Kinerja Perusahaan Pada PT.TELKOM KEBUMEN</p> <p>Sri Wahyuningsih Politeknik Dharma Patria 2018</p>	<p>X1 : Reputasi</p> <p>Y1 : Variabel Intervening</p> <p>Y2 : Kinerja Perusahaan</p>	<p>Analisis Structural Equation Modeling (SEM).</p>	<p>1. The limitations of this study on the structural model used, this model has been well seen from the test of cofirmatory and goodness-of-fit. but it is better for the company's performance topics to dig deeper into the variables and</p>

			<p>indicators used. Future research may also consider research objects that will be used not only in telecommunication service companies but can be developed in other business organizations</p>
<p>Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Jaminan Sosial Terhadap Kinerja Melalui Semangat Kerja Karyawan PT. CIPTA MAPAN LOGISTIK SURABAYA</p> <p>Indra Prasetya Universitas Wijaya Putra Surabaya</p> <p>Indra Prasetyo Universitas Wijaya Putra Surabaya</p> <p>Wasis Budiarto Universitas Wijaya Putra Surabaya 2016</p>	<p>X1 : Reputasi Perusahaan</p> <p>X2 : Kompensasi Jaminan Sosial</p> <p>Y : Semangat Kerja Karyawan</p>	<p>Analisis kuisisioner</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. 2. Kompensasi jaminan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. 3. Semangat kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja. 4. Semangat kerja sebagai

			<p><i>variabel intervening berpengaruh antara reputasi terhadap kinerja.</i></p> <p>5. <i>Semangat kerja sebagai variabel intervening berpengaruh antara jaminan sosial terhadap kinerja.</i></p>
<p>Pengaruh Reputasi Perusahaan, Deskripsi Pekerjaan, Dan Kompensasi Yang Ditawarkan Perusahaan Terhadap Minat Melamar Pekerjaan</p> <p>Octavianus SumardanaFakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana</p> <p>Agoes Ganesha RahyudaFakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana</p> <p>Desak Ketut SintaasihFakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 2018</p>	<p>X1 : Reputasi Perusahaan</p> <p>X2 : Deskripsi Pekerjaan</p> <p>X3 : Kompensasi</p> <p>Y : Minat Melamar Pekerjaan</p>	Analisis Data	<ol style="list-style-type: none"> 1. This research found that all three variables influence individual to apply a certain job. 2. One interesting finding is that the individual tends to be motivated to apply job if he or she finds that the company has a clear job description.

<p>Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Website Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi Secara Online (Studi pada Konsumen Ongisnadestore.com)</p> <p>Hana Dian Pratiwi (hanadian90@yahoo.com) Ika Adita Silviandari Ilhamuddin 2016</p>	<p>X1 : Reputasi Perusahaan</p> <p>X2 : Kualitas Website</p> <p>Y : Kepercayaan Konsumen Bertransaksi Online</p>	<p>Analisis Sample Data</p>	<p>1. The corporate's reputation and the quality of website together give an effective contribution 7,2% toward the level of trust, while the remaining 92,8% are presumably influenced by other variables excluding variables in this study.</p>
<p>Pelatihan, Gaya Kepemimpinan, terhadap Reputasi Perusahaan dengan Kinerja sebagai Variabel Intervening (Studi pada PT Astra Graphia, Tbk di Jakarta)</p> <p>Muhammad Nashar Sucses Riko Manurung 2017</p>	<p>X1 : Pelatihan</p> <p>X2 : Gaya Kepemimpinan</p> <p>Y1 : Reputasi Perusahaan</p> <p>Y2 : Kinerja sebagai Variabel Intervening</p>	<p>Analisis Data</p>	<p>1. Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja. 2. Gaya Kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja. 3. Pelatihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. 4. Gaya Kepemimpinan tidak berpengaruh signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.</p>

			5. Kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan.
<p>Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Kinerja Keuangan, Nilai Pasar Perusahaan Dan Reputasi Perusahaan</p> <p>Vio Landion Hexana Sri Lastanti Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti *Korespondensi: violandion01@gmail.com 2015</p>	<p>X1 : Intellectual Capital</p> <p>Y1 : Kinerja Keuangan Perusahaan</p> <p>Y2 : Nilai Pasar Perusahaan</p> <p>Y3 : Reputasi Perusahaan</p>	Analisis Data	<p>1. The types of data in this study are secondary data in the form of annual reports on the Indonesia Stock Exchange website www.idx.co.id in 2015-2017.</p> <p>2. The results showed that there were a positive influence between intellectual capital on financial performance and company reputation, but there was no influence between intellectual capital on the market value of the company.</p>

<p>Pengaruh Reputasi Lembaga Dan Persepsi Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Mahasiswa</p> <p>Wa Ode Sitti Nurrahmah STIE Anindyaguna Semarang waodenurrahmah1989@gmail.com 2019</p>	<p>X1 : Reputasi Lembaga</p> <p>X2 : Persepsi Kualitas Layanan</p> <p>Y : Loyalitas Mahasiswa</p>	<p>Analisis data</p>	<p>1. Ada pengaruh antara kepemimpinan dan dukungan terhadap lingkungan kerja terhadap kinerja pegawai.</p>
<p>Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kompensasi Jaminan Sosial Terhadap Kinerja Melalui Semangat Kerja Karyawan PT. CIPTA MAPAN LOGISTIK SURABAYA 2018</p>	<p>X1 : Reputasi Perusahaan</p> <p>X2 : Kompensasi Jaminan Sosial</p> <p>Y : Kinerja (Semangat Kerja)</p>	<p>Analisis Kuisisioner</p>	<p>1. Reputasi perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja a.</p> <p>2. Kompensasi jaminan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja a.</p> <p>3. Semangat kerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja a.</p>

<p>Pengaruh Motivasi Kerja, Lingkungan Kerja, Budaya Kerja Terhadap Kinerja Dinas Sosial Kabupaten Jember</p> <p><i>Risky Nur Adha</i> <i>Nurul Qomariah</i> <i>Achmad Hasan Hafidzi</i> 2016</p>	<p>X1 : Motivasi Kerja</p> <p>X2 : Budaya kerja</p> <p>Y : Kinerja</p>	<p>Analisis Uji Validitas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. lingkungan kerja dan budaya kerja positif dan signifikan terhadap kinerja. 2. motivasi kerja tidak berpengaruh terhadap kinerja.
---	--	-------------------------------	--

1. Dari peneliti terdahulu, terdapat beberapa penelitian yang meneliti Reputasi dan Kompensasi sebagai variabel X dan Kinerja sebagai variabel Y
2. Beberapa peneliti menggunakan alat analisi yang sama yaitu analisis regresi berganda,

Perbedaan dengan peneliti terdahulu

1. Dari semua penelitian terdapat lokasi, subyek dan waktu penelitian yang berbeda.

B. Kajian Pustaka

1. Reputasi

a. pengertian

Reputasi Perusahaan merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan

adalah suatu jasa, maka reputasi sangat menentukan. Reputasi suatu perusahaan menentukan upaya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama merujuk adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (brand image), citra perusahaan (company image), reputasi merk (brand reputation), nama yang terbaik (the best name), pelayanan prima (service excellent) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah mendapatkan prioritas (Weiss dalam Fajriyah, 2013). Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan merupakan suatu persepsi dari konsumen yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan serta menyediakan pelayanan yang terbaik kepada calon konsumen serta konsumennya.

Reputasi perusahaan adalah asset yang tidak nyata (intangible asset). Keadaan reputasi akan tergantung kepada apa yang dilakukan perusahaan sebagai entitas. Lebih jauh dari itu, akan tergantung kepada komunikasi dan tanda-tanda yang dipilih untuk diberikan kepada pasar. Simbol dari reputasi dan nama perusahaan jika dikelola dengan baik, akan mempresentasikan perusahaan agar didukung oleh masyarakat, bahkan akan sangat bernilai bagi konsumen. dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa reputasi perusahaan adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan dimana tergantung kepada apa yang dilakuan perusahaan sebelumnya serta apa yang akan dilakukan oleh perusahaan sebagai entitas (memiliki keberadaan) di masyarakat sehingga perusahaan akan tetap diingat dan memiliki reputasi yang baik (Taringan dalam Afdhal, 2014).

Persepsi seseorang terhadap perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui atau mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, reputasi sebuah perusahaan yang sama dapat berbeda dimata dua orang yang berlainan, baik mereka yang mengenal perusahaan tersebut adalah perusahaan baik ataupun masyarakat yang mengenal perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang buruk. Keseluruhan hal tersebut tergantung persepsi dari setiap orang yang berbeda, maka dalam hal ini perusahaan harus senantiasa meningkatkan reputasi perusahaan dengan berusaha paling tidak menambah jumlah masyarakat yang mengenal perusahaan kita merupakan perusahaan yang baik (Lawrence dalam Atriana, 2017). Seperti yang dikemukakan oleh Joe Marconi bahwa orang-orang yang memandang satu benda yang sama dapat mempunyai persepsi yang berlainan terhadap suatu benda.

Berdasarkan definisi di tersebut maka bisa ditarik kesimpulan, reputasi perusahaan adalah aset abstrak yang dimiliki perusahaan dalam bentuk penilaian melalui persepsi masyarakat yang dapat mempengaruhi cara pandang apakah akan mendukung ataupun tidak mendukung perusahaan baik itu persepsi yang baik ataupun persepsi yang buruk adalah tergantung dari perusahaan itu sendiri.

b. Jenis-Jenis Reputasi

1. Nama baik
2. Reputasi pesaing
3. Dikenal luas

4. Kemudahan diingat

2. Kompensasi

a. Pengertian

Menurut (Hasibuan, 2010: 118), kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka.(Handoko, 2012: 155). Menurut Andrew E. sikula dalam buku (Mangkunegara, 2009:83) mengemukakan bahwa proses administrasi upah atau gaji (kadang-kadang disebut kompensasi) melibatkan pertimbangan atau keseimbangan perhitungan. Kompensasi meliputi bentuk pembayaran tunai langsung, pembayaran tidak langsung dalam bentuk manfaat karyawan, dan insentif untuk memotivasi karyawan agar bekerja keras untuk mencapai produktivitas yang tinggi.Cascio F.Wayne dalam buku (Mangkuprawira, 2011:203). Kompensasi merupakan suatu bentuk biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan dengan harapan bahwa perusahaan akan memperoleh imbalan imbalan dalam bentuk prestasi kerja dari karyawan (Sofyandi, 2008:157). Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima oleh karyawan sebagai balas jasa untuk kerja atau pengabdian mereka (Soekidjo 2009: 142). Kompensasi merupakan sesuatu yang diterima karyawan sebagai pengganti kontribusi jasa mereka pada perusahaan (Veithzal rivai, 2009:741).

Kesimpulannya kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima baik berupa fisik maupun nonfisik. Bisa juga berarti seluruh imbalan yang diterima oleh seorang pekerja/karyawan atas jasa atau hasil dari pekerjaannya dalam sebuah perusahaan. Kompensasi yang diterima dapat berupa uang, barang, secara langsung maupun tidak langsung.

b. Jenis-Jenis Kompensasi

1. Kompensasi langsung

Berupa : THR, bonus, komisi, insentif, laba perusahaan, opsi saham

2. Kompensasi tidak langsung

Berupa : asuransi, pemberian uang tidak dalam bentuk cash melalui pihak ketiga

3. Kompensasi non finansial

Berupa : pelatihan terhadap karyawan

3. Kinerja

a. Pengertian

Rivai (2012:309) menyatakan bahwa kinerja merupakan perilaku nyata sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh pegawai sesuai dengan perannya dalam perusahaan. "Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi" (Wibowo, *dalam* Kristanti, 2019: 33). Hasibuan (2012:95) menjelaskan bahwa yang dimaksud kinerja pegawai dalam penelitian ini adalah hasil kerja yang dicapai setiap karyawan dalam memberikan kontribusi positif terhadap perusahaan/instansi.

Dari ketiga pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai seseorang dengan tanggung jawab, disiplin, dan komitmen yang diberikan dalam hal segi kualitas yang baik maupun kualitas atas prestasi yang dihasilkan yang nantinya akan memberikan kontribusi positif kepada perusahaan.

b. Karakteristik kinerja

Karakteristik orang yang mempunyai kinerja tinggi adalah sebagai berikut (Mangkunegara *dalam* Kristanti 2019: 37) :

- 1) Memiliki tanggung jawab dan rencana kerja untuk mencapai tujuan.
- 2) Berani mengambil dan menanggung resiko yang dihadapi.
- 3) Memiliki tujuan yang realistis dan memanfaatkan umpan balik (*feed back*) dalam seluruh kegiatan kerja yang dilakukan
- 4) Mencari kesempatan untuk merealisasikan rencana yang telah diprogramkan.

c. Faktor-faktor yang memengaruhi kinerja

Simanjuntak dalam Widodo (2015:133) menjelaskan bahwa kinerja dipengaruhi oleh :

- 1) Kualitas dan kemampuan pegawai, hal-hal yang berhubungan dengan pendidikan/pelatihan, etos kerja, motivasi kerja, sikap mental, dan kondisi fisik pegawai.
- 2) Sarana pendukung, yaitu hal yang berhubungan dengan lingkungan kerja (keselamatan kerja, kesehatan kerja, sarana produksi,

- 3) teknologi) dan hal yang berhubungan dengan kesejahteraan pegawai (upah/gaji, jaminan sosial, keamanan kerja).
- 4) Supra sarana, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan pemerintah dan hubungan industrial manajemen.

d. Indikator-Indikator Kinerja

Mangkunegara (2011:75) menyebutkan indikator dari kinerja adalah sebagai berikut :

1) Kualitas Kerja

Seberapa baik seorang karyawan mengerjakan apa yang seharusnya dikerjakan.

2) Kuantitas Kerja

Seberapa lama seorang pegawai bekerja dalam satu harinya.
Dilihat dari kecepatan kerja setiap pegawai itu masing-masing.

3) Pelaksanaan Tugas

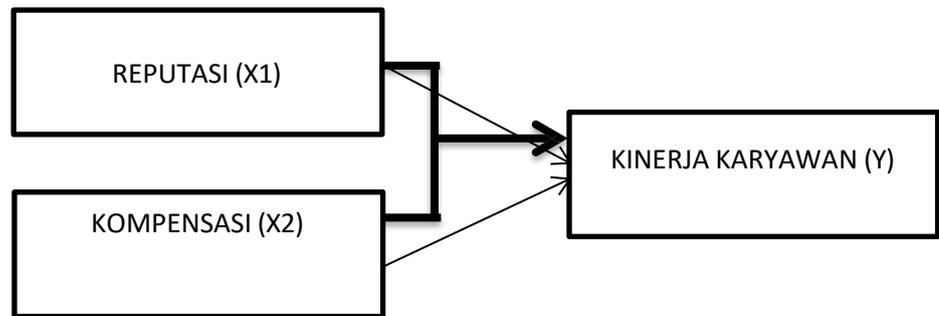
Seberapa jauh karyawan mampu melakukan pekerjaannya dengan akurat atau tidak ada kesalahan.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut.

Gambar 2.1

Kerangka Pikir



Keterangan :

—————> : Pengaruh parsial

—————> : Pengaruh simultan

D. Hipotesis Penelitian

1. Reputasi perusahaan (X1) dan kompensasi (X2) berpengaruh signifikan reputasi perusahaan (X1) dan kompensasi (X2) secara simultan terhadap kinerja (Y) pada SAVEYOURSNEAKERS Malang.
2. Reputasi perusahaan (X1) dan kompensasi (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kinerja (Y) pada SAVEYOURSNEAKERS Malang.
3. Kompensasi (X2) berpengaruh dominan terhadap kinerja (Y) pada SAVEYOURSNEAKERS Malang.