

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENYALURAN
BANTUAN SOSIAL BERAS OLEH PERUM BULOG PADA SAAT PANDEMI
COVID-19 DI DESA DUMAN, DUSUN DUMAN DESA KEC. LINGSAR KAB.
LOMBOK BARAT.**

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Studi
Pada Program Studi Administrasi Bisnis Jenjang Strata I
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram**



OLEH:

NURAFIFAH

217120143

**KONSENTRASI PERBANKAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENYALURAN
BANTUAN SOSIAL BERAS OLEH PERUM BULOG PADA SAAT PANDEMI
COVID-19 Di DESA DUMAN, DUSUN DUMAN DESA KEC. LINGSAR KAB.
LOMBOK BARAT.**

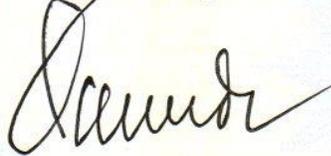
Oleh:

NURAFIFAH
217120143

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 12 Juli 2021
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Menyetujui:

Pembimbing I



Drs. Mintasrihardi, M.H

NIDN.0830016101

Pembimbing II



Iskandar, S.Sos., M.A.

NIDN.0802048904

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Lalu Hendra Maniza.SOS.,MM

NIDN.0828108404

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENYALURAN
BANTUAN SOSIAL BERAS OLEH PERUM BULOG PADA SAAT PANDEMI
COVID-19 Di DESA DUMAN, DUSUN DUMAN DESA KEC. LINGSAR KAB.
LOMBOK BARAT.**

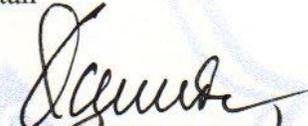
Oleh:

NURAFIFAH
217120143

Telah dipertahankan didepan penguji
Pada tanggal 12 Juli 2021
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan
Tim Penguji:

1. **Drs. Mintasrihardi, M.H**

NIDN.0830016101

(PU) ()

2. **Iskandar, S.Sos.,M.A.**

NIDN.0802048904

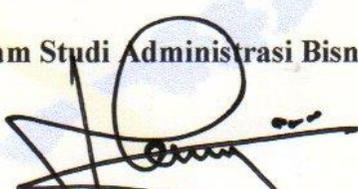
(PP) ()

3. **Dr. H. Muhammad Ali Ihsan, M.Si**

NIDN.0806066801

(PN) ()

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis


Lalu Hendra Maniza.SOS.,MM

NIDN.0828108404

Mengetahui:


Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. H. Muhammad Ali Ihsan, M.Si

NIDN.0806066801

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurafifah
Nim : 217120143
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penyaluran
Bantuan Sosial Beras Oleh Perum BULOG Pada Saat
Pandemi Covid-19 Di Desa Duman, Dusun Duman Desa
Kec. Lingsar Kab. Lombok Barat.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya tulis benar-benar hasil saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa Skripsi ini adalah hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Mataram, 29-09-2021





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat

Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906

Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurafifah
NIM : 217120143
Tempat/Tgl Lahir : Bima, 27 Desember 2000
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 082340806779 / nurafifah.271200@gmail.com
Judul Penelitian : -

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penyaluran Bantuan Sosial Beras oleh Derum Bulog Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Desa Duman, Dusun Duman Desa Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 48%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari karya ilmiah dari hasil penelitian tersebut terdapat indikasi plagiarisme, saya **bersedia menerima sanksi** sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 22 Juli 2021

Penulis



Nurafifah
NIM. 217120143

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
MIDN. 0802048904



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. K.H.A. Dahlan No. 1 Mataram Nusa Tenggara Barat
Kotak Pos 108 Telp. 0370 - 633723 Fax. 0370-641906
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : upt.perpusummat@gmail.com

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nura fifah
NIM : 217120143
Tempat/Tgl Lahir : Bima, 27 Desember 2000
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : FISIPOL
No. Hp/Email : 082340806779 / nurafifah.271200@gmail.com
Jenis Penelitian : Skripsi KTI

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penyaluran Bantuan sosial Beras
Oleh Perum BULO6 Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Desa Duman,
Desa Duman Desa Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat.

Segala tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Dibuat di : Mataram

Pada tanggal : 22 Juli 2020

Penulis



Nura fifah
NIM. 217120143

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

MOTO

“Sabar adalah ilmu tingkat tinggi,
bentuk syukur paling dalam,
dan bentuk ikhlas paling serius.”

“Sebab kita tidak pernah tahu, kejutan apa yang telah Allah persiapkan,
Di ujung jalan berliku yang disebut ‘kesabaran.’”



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pertama-tama saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan saya kesehatan, kemudahan serta izin untuk menyelesaikan studi saya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Terimakasih kepada orang tua saya Papa, Mama, Abang dan Om Ben dan semua pihak keluarga yang saya sayangi yang tidak pernah putus untuk mendoakan dan mendukung saya dari segi moral, materil dan memberikan saya semangat atas semua yang saya jalani selama empat tahun ditanah rantauan. *“Mohon Maaf Mada Jika Banyak Menyusahkan Ita Doho”*
2. Terimakasih kepada Alan Sugianto yang telah memberikan dukungan dan memotivasi dalam penyelesaian penyusunan laporan ini.
3. Terimakasih kepada Bapak Lalu Hendra Maniza.SOS.,MM_selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan semangat, Bapak Drs. Mintasrihardi, M.H selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Bapak Iskandar, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak arahan dan masukan demi kelancaran proses penyelesaian laporan ini.
4. Terimakasih kepada Ka Arni, Susi, Nur, Faisal, Iskandar dan Masrullah atas kehangatan, kebaikan selama ini.
5. Terimakasih Kepada teman-teman Administrasi Bisnis yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan, keceriaan, candaan dan kenangan selama empat tahun ini.
6. Teman- teman, kaka-kaka dan adik-adik Administrasi Bisnis. Terima kasih dan tetap semangat!

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta petunjuk-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan penelitian dan menulis proposal dengan judul "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Peyaluran Bantuan Sosial Beras Oleh Perum BULOG Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Desa Duman, Dusun Duman Desa Kec. Lingsar Kab. Lombok Barat".

Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini tidak mungkin dapat tersusun tanpa bantuan, dukungan, dan dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu perkenankanlah penyusun menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Arsyad Abd, Gani M.Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si, selaku Dekan Fakultas Fisispol Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza.SOS.,MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis.
4. Bapak Drs. Mintasrihardi, M.H. Selaku Dosen Pembimbing Pertama
5. Bapak Iskandar, S.Sos., M.A. Selaku Dosen Pembimbing Kedua
6. Rekan-Rekan Mahasiswa Administrasi Bisnis Atas Dukungannya.
7. Semua pihak yang telah membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua pihak, Aamiin.

Mataram, 29-09-2021

Penulisan

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kinerja Bantuan Sosial Beras dari Perum BULOG dan tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Penyaluran Bantuan Sosial Beras dari Perum BULOG pada saat pandemi covid-19 di Desa Duman, Dusun Duman Desa Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan merupakan penelitian survei. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang mendapatkan manfaat Penyaluran Bantuan Sosial Beras di Desa Duman, Dusun Duman Desa Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. yang berjumlah 44 kepala keluarga. Pengumpulan data menggunakan angket, wawancara dan dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan dengan analisis indeks Kinerja Perusahaan dan Kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tingkat Kinerja Perum Bulog (X_1) yang terdiri dari ekspektasi pendapatan, dan toleransi atas risiko berpengaruh negatif dan tidak signifikan uji t $0,769 > = 0,05$. Hal ini berarti apabila kinerja perusahaan semakin rendah maka akan semakin rendah pula penyaluran bantuan sosial beras. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat tingkat kepuasan kinerja yang rendah pada kualitas pelayanan, kedisiplinan, tanggung jawab kecepatan dan ketepatan, keramahan dan kesopanan. (2) Tingkat Kepuasan Konsumen (X_2) yang terdiri dari hasil perhitungan kepuasan konsumen adalah ditunjukkan oleh nilai signifikan uji t sebesar 0,184 yang lebih besar dari $\alpha(\text{taraf nyata}) = 0,05$. Hal ini berarti apabila kepuasan konsumen semakin tinggi maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen terhadap penyaluran bantuan sosial beras tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat tingkat kepuasan konsumen yang rendah pada kualitas produk, service quality dan emotional factor.

Kata Kunci: analisis, Kinerja, Kepuasan Konsumen, Penyaluran Bantuan Sosial Beras

ABSTRACT

This study aimed to determine the performance level of Rice Social Assistance from Perum BULOG and the level of Consumer Satisfaction with the Distribution of Rice Social Assistance from Perum BULOG during the COVID-19 pandemic in Duman Village, Duman Hamlet, Lingsar District, West Lombok Regency. This study is a combination of quantitative and survey research. Consumers who received Rice Social Assistance in Duman Village, Duman Hamlet, Lingsar District, West Lombok Regency, comprising 44 families, were the subjects of this study. Questionnaires, interviews, and documentation were used to gather information. The data was analyzed by looking at the company's performance index and customer satisfaction. The results showed that: (1) Perum Bulog's performance level (X_1), which consisted of income expectations, and risk tolerance, had a negative and insignificant effect on the t-test of $0.769 > = 0.05$. This means that the lower the company's performance, the lower the distribution of rice social assistance. The analysis results show a low level of performance satisfaction in service quality, discipline, responsibility, speed, accuracy, friendliness, and courtesy. (2) The level of consumer satisfaction (X_2) which consists of the results of the calculation of customer satisfaction, is shown by the significant value of the t-test of 0.184, which is greater than (significant level) = 0.05. This result suggests that the higher the consumer contentment with the rice social assistance distribution, the higher the consumer satisfaction with the rice social assistance distribution. According to the findings, consumer satisfaction with product quality, service quality, and emotional elements is low.

Keywords: analysis, performance, consumer satisfaction, Social Assistance Rice Distribution

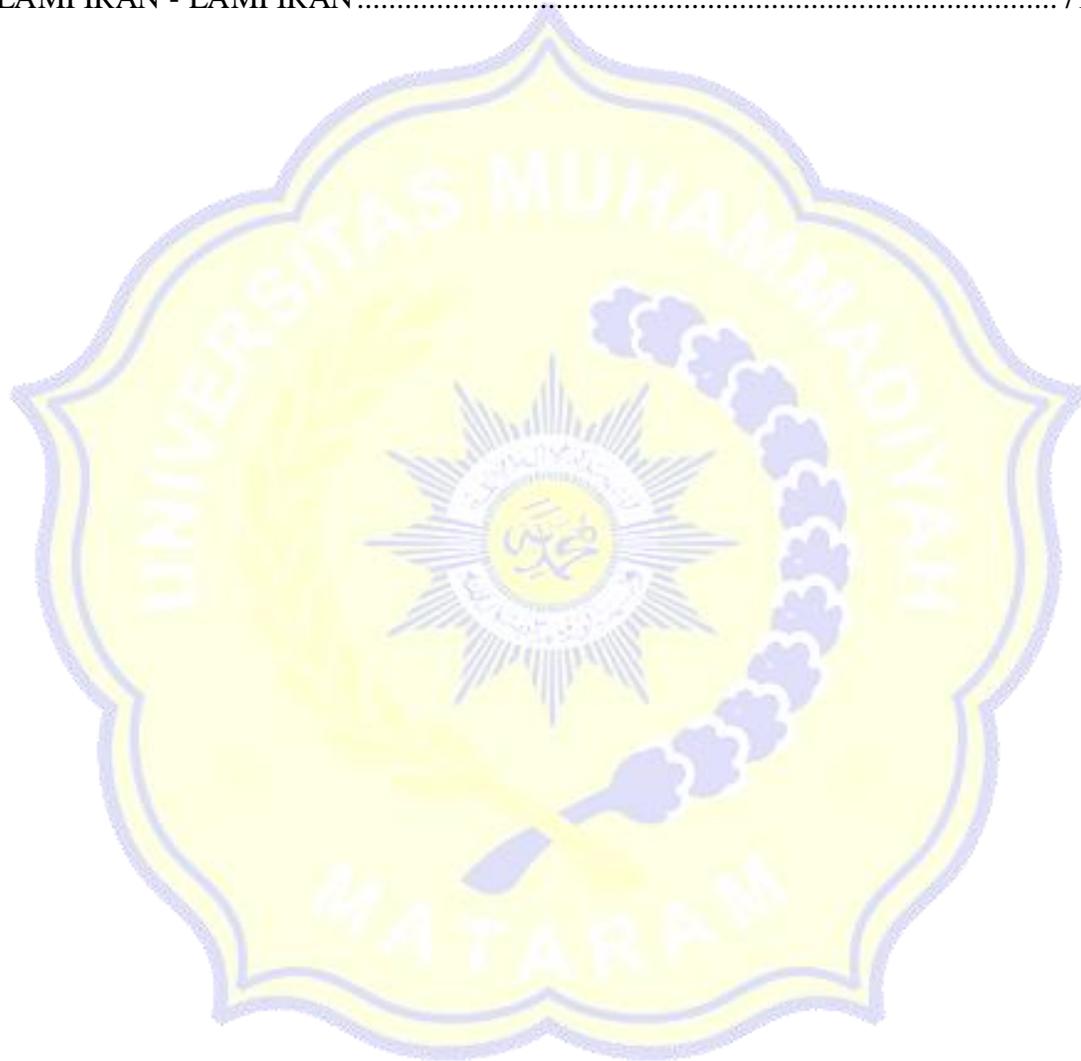


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PALIGIASI	iiiv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
MOTO	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	iiix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2.1 Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.2 Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.3 Pemasaran.....	18
2.2.4. Kualitas Pelayanan	19
2.4.5 Kepercayaan Konsumen.....	19
2.2.6 Kinerja	20
2.3. Kerangka Teoritis.....	24

2.4 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Jenis Dan Sumber Data	25
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
3.5 Devinisi Operasional Variabel	29
3.6 Metode Pengukuran Data	30
3.7 Metode Analisis Data	31
3.7.1 Uji Instrumen.....	31
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	32
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	33
3.7.4 Uji T	34
3.7.5 Uji F.....	34
3.7.6 Koefesien derterminasi R2	34
BAB IV HASIL PENELTIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum	36
4.1.1 Perum BULOG.....	36
4.1.2 Desa Duman	41
4.2. Hasil Penelitian	50
4.2.1 Deskriptif Responden.....	50
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	53
4.3.1 Uji Validitas	53
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.4 Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1 Uji Normalitas	55
4.4.2 Uji Multikolinearitas	56
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.6 Pengujian Hipotesis.....	59

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	71

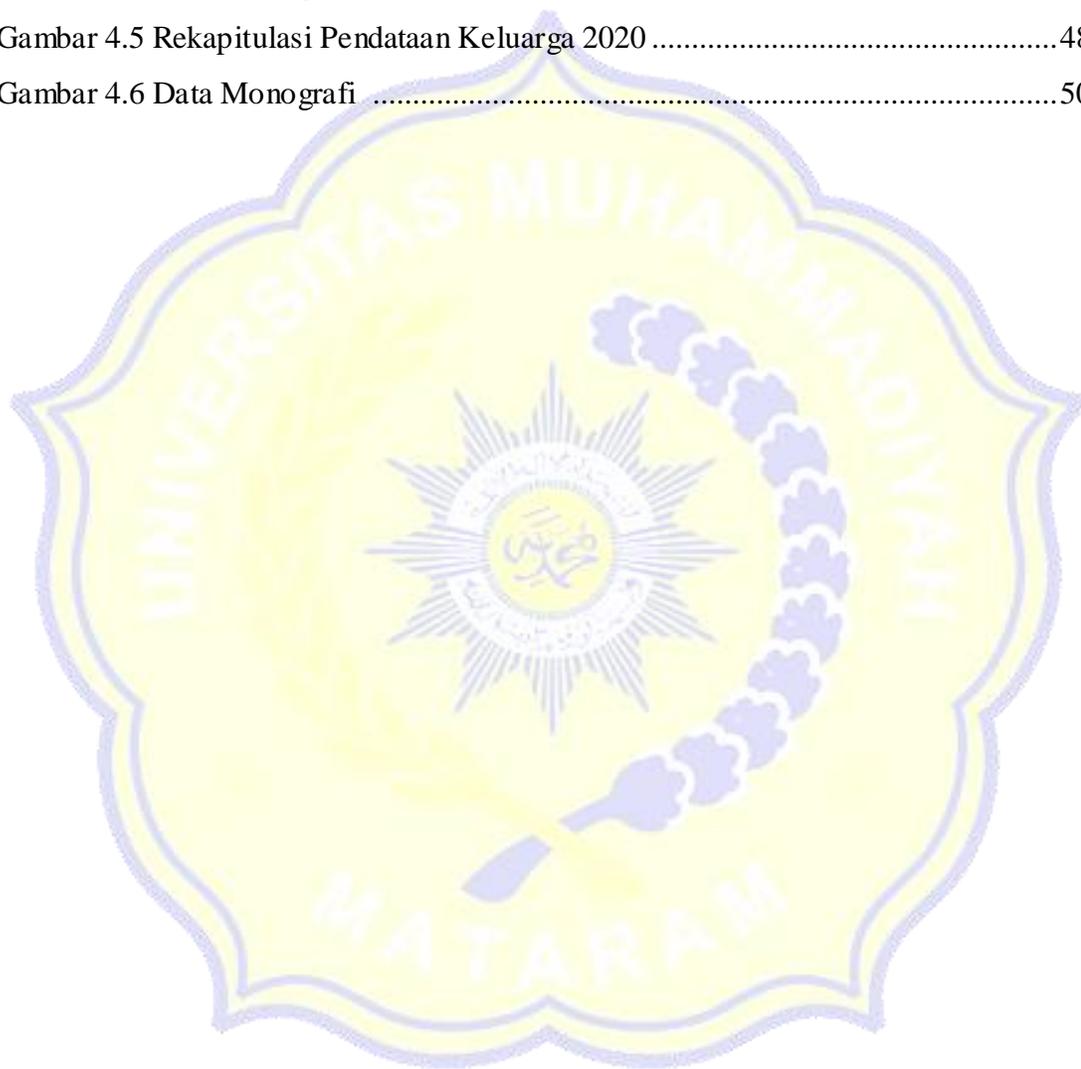


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Jumlah Populasi Penelitian	26
Tabel 3.2 Jumlah Sampel Penelitian	27
Tabel 4.1 Letak Geografis Kecamatan Lingsar	42
Tabel 4.2 Luas Kecamatan Lingsar Menurut Desa	43
Tabel 4.3 Luas Tanah di Kecamatan Lingsar Dirinci Menurut Penggunaan dan Desa	44
Tabel 4.4 Jarak Antara Ibukota Kecamatan Ke Desa-desa Di Kecamatan Lingsar	45
Tabel 4.6 Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.7 Usia Responden	52
Tabel 4.8 Pekerjaan Responden	52
Tabel 4.9 Perkiraan Pendapatan Konsumen	53
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Terhadap Butiran Pertanyaan Tentang Kepuasan dan Kinerja Dari Program Bantuan Sosial Baras	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (F-test)	59
Tabel 4.17 Hasil Analisis Uji T Kinerja Perusahaan dan Kepuasan Konsumen	60
Tabel 4.18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	38
Gambar 4.2 KCD Pertanian Kecamatan Lingsar 2014	44
Gambar 4.3 Peta Desa Duman 2016	45
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Desa Duman.....	46
Gambar 4.5 Rekapitulasi Pendataan Keluarga 2020	48
Gambar 4.6 Data Monografi	50



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penduduk miskin di Nusa Tenggara Barat pada September 2019 sebanyak 705.680 (13,88%). Pada Maret 2019, jumlah penduduk miskin di Nusa Tenggara Barat adalah 735,96 (14,56%). Sejak Maret 2019 hingga September 2019, proporsi penduduk miskin (P0) turun 0,68 poin persentase.

Pada September 2019, jumlah penduduk miskin di daerah perkotaan tercatat sebesar 365,05 ribu orang atau 14,85 persen, sedangkan penduduk miskin di daerah pedesaan sebesar 340,63 ribu orang atau 12,97 persen.

Peran produk pangan dalam garis kemiskinan jauh lebih besar dibandingkan dengan peran produk pokok non pangan (perumahan, sandang, pendidikan dan kesehatan). Ini terjadi di daerah perkotaan dan pedesaan. Pada September 2019, kontribusi garis kemiskinan pangan terhadap garis kemiskinan adalah 74,35% di perkotaan dan 74,87% di pedesaan. (Badan Pusat Statistik, 2019).

Proporsi penduduk miskin Maret 2020 sebesar 9,78%, meningkat 0,56 poin persentase dari September 2019 dan meningkat 0,37 poin persentase dari Maret 2019. Pada Maret 2020, terdapat 26,42 juta orang hidup dalam kemiskinan, meningkat 1,63 juta. Pada September 2019, jumlah orang meningkat 1,28 juta orang dibandingkan Maret 2019.

Pada September 2019, proporsi penduduk miskin perkotaan sebesar 6,56%, dan pada Maret 2020 meningkat menjadi 7,38%. Pada saat yang sama, proporsi penduduk miskin pedesaan adalah 12,60% pada September 2019, dan naik menjadi 12,82% dari Maret 2020 hingga September. Pada tahun 2019, penduduk miskin perkotaan meningkat sebesar 1,3 juta pada Maret 2020 (dari 9,86 juta pada September 2019 menjadi 11,16 juta pada Maret 2020).

Sementara itu, daerah perdesaan naik sebanyak 333,9 ribu orang (dari 14,93 juta orang pada September 2019 menjadi 15,26 juta orang pada Maret 2020).

Garis kemiskinan yang tercatat pada Maret 2020 adalah Rs 454.652 / orang / bulan, di mana garis kemiskinan makanan adalah Rs 335.793 (73,86%) dan garis kemiskinan non-makanan adalah Rs 118.859 (26, 14%). Pada Maret 2020, rumah tangga miskin di Indonesia rata-rata memiliki 4,66 anggota keluarga. Dengan demikian, ukuran rata-rata garis kemiskinan untuk setiap keluarga miskin adalah Rp 2.118.678, per keluarga miskin per bulan. (Badan Pusat Statistik, 2020).

Pemerintah melalui kementerian mengeluarkan berbagai kebijakan darurat guna menanggulangi Pandemi Covid-19, diantaranya program Bantuan Presiden dan program Bantuan Sosial Beras dari Kementerian Sosial. Perum BULOG menerima penugasan Bantuan Presiden tersebut sejak April (sebulan sejak merebaknya Pandemi Covid-19) untuk 1,4 juta keluarga terdampak di Jabodetabek. Kemudian penugasan kedua berlangsung sejak Mei 2020) dan diselesaikan kepada 1,85 juta keluarga terdampak di Jabodetabek pada awal pertengahan Juni 2020, atau empat hari lebih cepat dari target yang ditetapkan. Sejak awal September lalu bersama Kementerian Sosial, BULOG kembali menyalurkan program Bantuan Sosial Beras untuk 10 juta keluarga penerima manfaat di seluruh Indonesia dan program keluarga harapan (KPM-PKH) di seluruh Indonesia, termasuk keluarga petani yang terkena dampak Pandemi Covid-19. (Perum Bulog divre NTB,2020)

Proyek beras untuk keluarga miskin di masa pandemi COVID-19 merupakan salah satu upaya pemerintah untuk membantu memenuhi sebagian kebutuhan pangan pokok keluarga miskin. Bantuan Sosial Program Beras Rumah Tangga Miskin Beras, sebelumnya dikenal sebagai Raskin, adalah program pengentasan kemiskinan dan jaminan sosial terkait pangan yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat. Memberikan bantuan kepada keluarga berpenghasilan rendah (kelompok miskin dan rentan) dalam bentuk hibah beras. Keluarga), bertujuan untuk mengurangi beban pengeluaran keluarga. miskin.

Program Kesejahteraan Beras diharapkan berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan dan ketahanan pangan keluarga miskin. Hal ini secara tidak langsung berdampak pada peningkatan gizi, kesehatan, pendidikan dan produktivitas keluarga miskin.

Program bantuan sosial beras bertujuan untuk memberikan bantuan beras bersubsidi kepada keluarga miskin, untuk menutupi sebagian kebutuhan pangan mereka dengan jumlah dan harga tertentu, dalam rangka meningkatkan ketahanan pangan keluarga. (Sekda Duman, Lombok Barat, 2020)

Pokja Bantuan Sosial Beras adalah satuan kerja yang terdiri dari Kepala Cabang Perumblog Wilayah/Kepala Cabang Wilayah/Kepala Kantor Logistik (Kadivire/Kasubdivire/Kakanlog), yang bertanggung jawab atas pengangkutan dan pengiriman beras ke Distributor Pokja ini diketuai oleh seorang pegawai Perum Bulog, dan anggotanya dapat terdiri dari pegawai Perum Bulog dan pegawai di luar Perum Bulog. (Perum Bulog divre NTB)

Lokasi penyelidikan berada di Desa Duman, Kecamatan Lingsar, Kabupaten Lombok Barat. Sesuai dengan titik distribusi yang ditentukan, penyaluran dilakukan di kantor desa, namun untuk Desa Duman, penyaluran atau penerimaan rencana bansos beras kepada penerima bantuan program bansos beras dilakukan di kantor desa setempat. Kepala desa setempat membantu penyaluran bantuan sosial beras.

Ada tiga belas Rukun Tetangga (RT) di desa tersebut. Di antara 13 Rukun Tetangga yang membagikan beras untuk keluarga miskin, ada 13 Rukun Tetangga. Dari 12 KK yang menerima Mipanso, ada 221 KPM (keluarga penerima manfaat), dan KK miskin tersebut sudah masuk dalam daftar penerima manfaat Mipanso. Karena tidak ada keluarga miskin di rumah menengah ke atas di Rukun Tetangga, 221 Rukun Tetangga tidak termasuk di antara penerima beras miskin.

Sejauh ini penerima manfaat bantuan sosial beras sudah diberikan pemerintah kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh pemerintah desa Duman Kecamatan

Lingsar, sudah tahap ketujuh dan sudah dilaksanakan namun masih menyisakan berbagai permasalahan seperti adanya penerima manfaat bantuan sosial beras yang sebenarnya tidak layak menerima namun menerima, juga sebaliknya ada yang terlihat layak namun tidak menerima, data penerima yang tidak akurat.

Hal yang harus diprioritaskan oleh pemerintah adalah kepuasan keluarga miskin agar mendapatkan jatah bantuan sosial beras sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah melalui kebijakan yang telah ditetapkan sehingga keluarga tersebut dapat bertahan untuk memenuhi sebagian kebutuhan pangannya dengan jumlah dan harga tertentu dalam rangka meningkatkan ketahanan pangan rumah tangga, maka pemasaran program bantuan sosial beras harus dilaksanakan sesuai dengan jatah masmg-masmg daerah sehingga bantuan sosial beras tersebut dapat sampai ketangan para keluarga miskin yang telah ditentukan. (Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu masyarakat duman. Iskandar Dzulkarnain,2020)

Berdasarkan latar belakang diatas makapenulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: " Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penyaluran Bantuan Sosial Beras Oleh Perum BULOG Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Desa Duman, Dusun Duman Desa Kec. Lingsar Kab. Lombok Barat".

1.2 Perumusan Masalah

Dengan mengacu pada latar belakang masalah yang telah disampaikan secara ringkas diatas, berikut ini disampaikan rumusan masalahnya:

1. Bagaimana kinerja Bansos Beras dari Perum BULOG agar perencanaan yang telah dibuat sama dengan realisasi dilapangan?
2. Seberapa besar kepuasan konsumen terhadap penyaluran Bantuan sosial Beras dari Perum BULOG?

1.3 Batasan Masalah

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih spesifik peneliti membatasi masalah untuk lebih memfokuskan penelitian sebagai berikut:

1. Konsumen adalah penerima manfaat Bansos Beras di Desa Duman Kec. Lingsar Kab. Lombok Barat
2. Kepuasan konsumen dimana para konsumen mendapatkan kualitas beras yang bagus dan ketepatan jumlah timbangan yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan dan segala variabelnya dapat terpenuhi sesuai dengan yang diinginkan konsumen sehingga harapan tersebut tercapai.
3. Variabel yang digunakan:
 - a. Kualitas Beras.
 - b. Ketepatan jumlah timbangan.
 - c. Tepat waktu
 - d. Tepat sasaran

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, tujuan berikut tercapai:

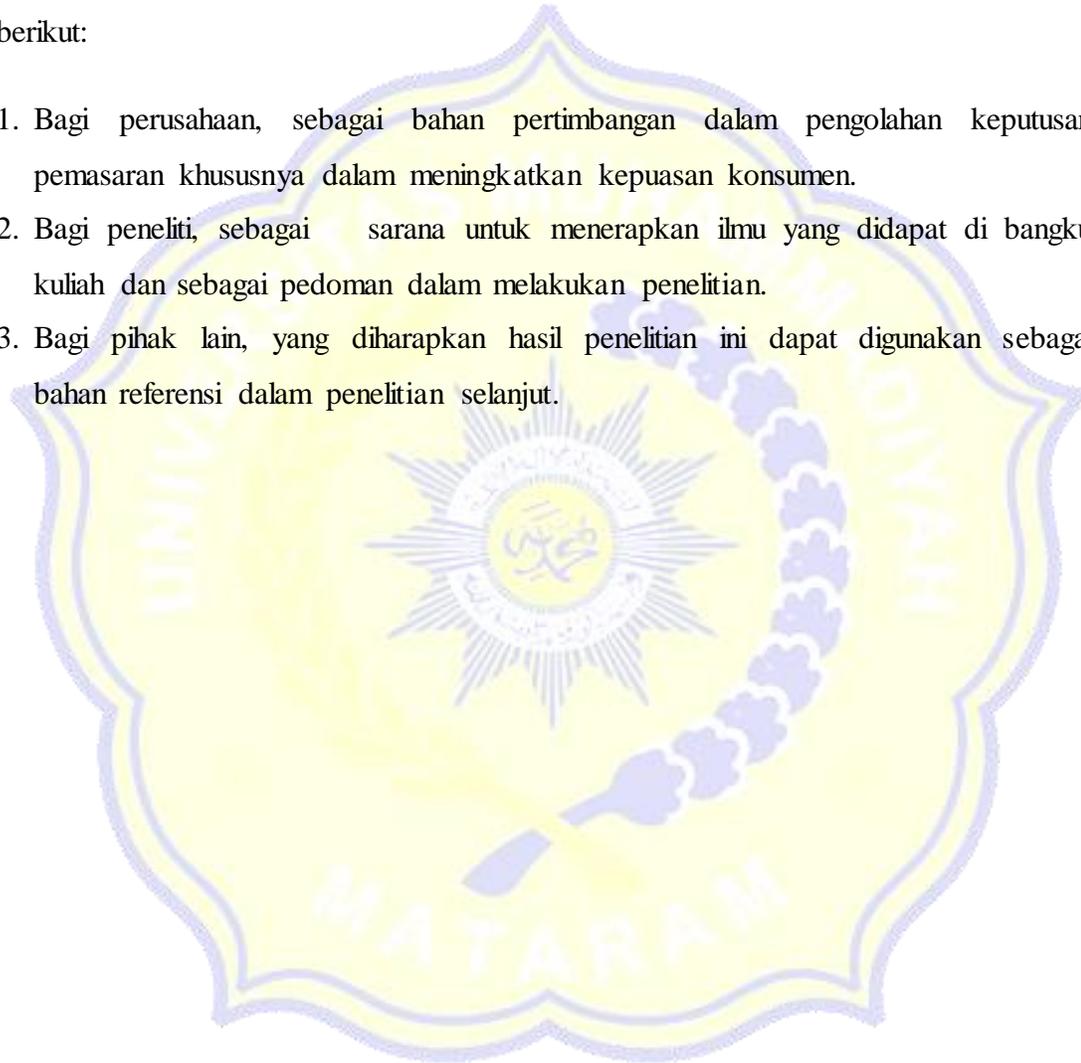
1. Mengetahui kinerja Bansos Beras dari perum bulog agar perencanaan yang telah dibuat sama dengan realisasi dilapangan. Dari kinerja yang baik berarti memuaskan konsumen dan keinginan konsumen tercapai.

2. Para konsumen mendapatkan kepuasan dari yang ditawarkan oleh Pemerintah melalui Program Bantuan Sosial Beras sehingga para konsumen mendapatkan kepuasan sesuai dengan harapannya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini adapun manfaat penelitian adalah, sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan dalam pengolahan keputusan pemasaran khususnya dalam meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah dan sebagai pedoman dalam melakukan penelitian.
3. Bagi pihak lain, yang diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjut.



BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Syafriani Hanum 2005	Analisis kepuasan konsumen terhadap penyaluran beras raskin oleh perum bulog di desa kalongan maguwoharj, yogyakarta	Hasil penelitian menunjukkan masih terdapat gap antara harapan dan kinerja, dan hasilnya positif. Variabel dengan gap terbesar adalah kualitas beras, diikuti harga, akurasi, jumlah timbangan, dan ketepatan waktu. Kesenjangan antar variabel terkecil. dan mengenai sasaran.	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang lingkup penelitia yaiu tentang kepuasan konsumen dan kinerja perusahaan • Jenis penelitian adalah deskriptif kualitatif 	Penelitian sebelumnya menguji kesenjangan antara harapan dan kinerja "Beras Buruk", membantu memahami kepuasan konsumen.
2.	Nella Kusumariza, Chezy WM Vermila dan Mahrani 2019	Analisis kepuasan konsumen terhadap beras di desa pasar baru pangean Kecamatan pangean kabupaten kuantan singing provinsi riau	Berdasarkan hasil penelitian, 1. Perilaku konsumen beras di Desa Pasar Baru Pangean termasuk dalam kategori penting, dengan 31 dari 45 responden menyumbang 68,89%. 2. Hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen adalah 74,85%. Jika nilainya	<ul style="list-style-type: none"> • Ruang lingkup penelitia yaiu tentang kepuasan konsumen dan kinerja perusahaan 	Variabel yang digunakan adalah variabel atribut yang digunakan dalam penelitian ini yaitu aroma, warna, rasa, harga tas, kemasan, merek dan

			berada pada kisaran 60% sampai 80% dari indeks kepuasan konsumen, maka termasuk dalam kategori kepuasan.		kenyamanan tempat pembelian.
3.	Divaswani Putri Alika 2020	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Toko Baju All Distro Martapura	Secara umum, variabel memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pelanggan.	penelitian deskriptif kualitatif Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan kuisioner	1.Objek penelitian 2.Responden penelitian pelanggan
4.	Aris Irnandha (2016)	Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan jasa pengiriman jalur darat (studi kasus kepuasan pelanggan jne cabang hijrah sagan yogyakarta)	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan	1. Variabel bebas yang digunakan yaitu kualitas pelayanan. 2.Variabel terikat yang digunakan yaitu loyalitas konsumen. 3.Metode kuantitatif	1.Objek penelitian 2.Responden penelitian pelanggan
5.	Helisia Krisdayant (2017)	Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada minimarket kertapati jaya indah palembang	kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang	1. Variabel bebas yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan 2.Variabel terikat yang loyalitas konsumen	1.Objek penelitian 2.Responden penelitian adalah pelanggan

				3. Metode kuantitatif	
6.	Inka Janita Sembiring Suharyono Andriani Kusumawati (2014)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan	-Kualitas produk secara langsung terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan - Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan -Kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan - Kualitas produk terbukti memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Loyalitas pelanggan -Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan	1. Variabel bebas yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, kepuasan konsumen 2. Variabel terikat yang digunakan yaitu loyalitas pelanggan 3. Variabel bebas yang digunakan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan 4. Metode penelitian kuantitatif.	1. Objek penelitian 2. Responden penelitian 3. Variabel harga, kualitas pelayanan

Sumber: Peneliti 2021

Keterangan:

- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harapan dan tingkat kinerja Kelurahan Kalongan Maguwoharjo Yogyakarta terhadap pendistribusian beras mutu rendah dan kepuasan konsumen terhadap pendistribusian beras mutu rendah. Dalam penelitian ini, selain dua hipotesis uji perbedaan rata-rata faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, kesenjangan antara harapan dan kinerja beras kualitas buruk juga dievaluasi, yang membantu untuk memahami tingkat kepuasan konsumen. Untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan antara harapan dan kinerja. Hasil uji beda dua rata-rata menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel-variabel seperti kualitas beras, ketepatan timbangan, dan ketepatan waktu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen beras

miskin tidak puas dengan kinerja yang diberikan oleh Perum Bulog, karena masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kinerja, serta terdapat perbedaan yang signifikan antara harapan rata-rata dan kinerja rata-rata.

- b. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku dan kepuasan konsumen di Pasar Baru Pangean Kecamatan Pangean Kabupaten Singingi Kabupaten Kuantan. Sampel penelitian ini adalah 45 orang, dengan menggunakan rumus simple random sampling (acak sederhana). Metode pengambilan sampel berdasarkan metode analisis deskriptif, skala likert, analisis kepentingan dan kinerja, dan indeks kepuasan konsumen atau consumer satisfaction index. Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner survei. Berdasarkan hasil yang diperoleh, perilaku konsumen terhadap beras merupakan kategori penting, dengan 31 dari 45 responden mewakili 68,89%, dengan skor standar 34,9941,99. Hasil perhitungan indeks kepuasan konsumen adalah 74,85%. Jika nilainya berada pada tingkat indeks kepuasan konsumen 60% sampai 80% termasuk dalam kategori kepuasan.
- c. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan toko pakaian All Distro Martapura. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan deskriptif, dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui survei kuesioner. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap beberapa pengunjung menunjukkan bahwa semua variabel memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan semua pelanggan toko pakaian Martapura. Hasil ini menyiratkan dampak positif antara kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan toko pakaian All Distro Martapura.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas layanan JNE Hijrah Sagan Yogyakarta terhadap loyalitas pelanggan
2. Pengaruh kualitas layanan JNE Hijrah Sagan Yogyakarta terhadap kepuasan pelanggan
3. Dampak Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan JNE Hijrah Sagan Cabang, Yogyakarta
4. Kualitas layanan yang dimediasi kepuasan pelanggan JNE Hijrah Sagan Cabang Yogyakarta mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 7,040, taraf signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,409; kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 5,01, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,479; Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan t-hitung sebesar 5,873, dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,282; Pada JNE Hijrah Sagan cabang Yogyakarta kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien mediasi sebesar 0,0887 lebih kecil dari nilai dampak langsung sebesar 0,409.

- d. Pada setiap badan usaha khususnya usaha retail Minimarket sangatlah penting untuk memperhatikan kualitas layanan, karena berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yang dirasakan oleh konsumen sehingga terciptanya loyalitas konsumen. Kualitas layanan yang ditawarkan yang akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat terciptanya loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang.
- e. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis rute. Hasil penelitian menunjukkan:

1. Variabel kualitas produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan.
2. Variabel kepuasan pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
4. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam donni juni priansah (2017;p.196). menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas/senang.

Kepuasan adalah sikap yang ditentukan dari pengalaman yang diperoleh (Loveloek & Wirtz, 2011). Kepuasan adalah evaluasi terhadap karakteristik atau karakteristik produk atau jasa atau produk itu sendiri, yang memberikan tingkat kepuasan pelanggan terkait dengan kepuasan kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan, dan nilai. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan pendapat/kesan seseorang tentang kinerja atau hasil suatu kegiatan dengan harapannya. (Kotler dan Keller, 2012).

Kepuasan pelanggan adalah konsep utama dalam teori dan praktik pemasaran, serta tujuan utama dari semua aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang membantu meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan niat baik atau reputasi perusahaan, mengurangi elastisitas harga, mengurangi biaya transaksi di masa depan, dan meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan (Edvarderson et al., 2000). Kepuasan pelanggan memberikan indikator utama niat beli dan loyalitas konsumen (Farris et al., 2010).

Menurut Day (dalam Tjiptono, 2004: 146), ia mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai tanggapan pelanggan terhadap perbedaan yang dirasakan atau evaluasi yang tidak pasti antara harapan sebelumnya (standar tenaga kerja lainnya) dan kinerja aktual produk, dan kemudian merasakannya. kinerja produk. Tujuannya.

Ada kesamaan antara beberapa definisi di atas mengenai komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya, harapan pelanggan adalah perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan mereka terima ketika mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Perceived performance adalah persepsi pelanggan tentang apa yang diterimanya setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Kepuasan adalah tingkat persepsi seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Oliver dalam J Suplanto, 2001:233). Oleh karena itu, kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan.

1. Kualitas Produk

Produk adalah barang, jasa, atau ide yang dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Griffin dan Ebert, 99). Pada saat yang sama, Kotler (dalam Suyati, 2002) mendefinisikan produk sebagai setiap produk yang dapat disediakan ke pasar yang dapat

memenuhi kebutuhan dan keinginan untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, dan dikonsumsi.

2. Service Quality

Kotler (2001) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak, tidak berwujud dan tidak menghasilkan properti apapun. Bisnis perbankan, layanan penerbangan, hotel, dan konsultasi adalah bisnis berbasis layanan.

Kualitas pelayanan mencerminkan kondisi dan lokasi pelayanan. Pelanggan sering membuat penilaian atas kualitas layanan berdasarkan bukti yang muncul selama interaksi dengan perusahaan. Perusahaan yang berkomitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan layanan berkualitas tinggi akan menikmati keunggulan kompetitif sehingga perusahaan dapat dengan mudah membangun loyalitas pelanggan dan berhasil membangun hubungan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi bagi keberhasilan organisasi.

Pengertian kualitas juga dapat dibedakan dari sudut pandang produsen dan konsumen. Definisi kualitas pabrikan adalah kepatuhan spesifikasi, di mana pabrikan memberikan toleransi khusus untuk dimensi utama dan setiap bagian yang diproduksi. Dalam bidang pelayanan, kualitas dijaga dengan memenuhi standar pelayanan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai, yaitu pada tingkat harga yang bersedia dibayar konsumen, sejauh mana suatu produk atau jasa memenuhi tujuan yang dimaksudkan (Tjiptono, 2004: 15). Menurut Tjiptono (2004:15), empat ciri utama jasa yang membedakan jasa dengan barang antara lain:

- Tak berwujud. Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dicicipi, disentuh, didengar, atau dicium sebelum dibeli. b) tak terpisahkan. Suatu jasa tidak dapat dipisahkan dari sumber

pembelinya. Pembelian jasa membutuhkan adanya penyedia jasa, baik berupa alat maupun manusia. Oleh karena itu, jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan.

- berubah-ubah. Sektor jasa benar-benar sangat tidak stabil karena merupakan outlet yang tidak standar, artinya banyak terjadi perubahan bentuk, kualitas dan jenisnya, karena jasa sebenarnya tergantung pada objek, waktu dan lokasi pelayanan.
- Tidak tahan lama. Layanan ini tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Jika permintaannya konstan, daya tahan layanan tidak akan menjadi masalah. Namun, kenyataannya adalah bahwa permintaan pelanggan secara keseluruhan untuk layanan sangat bervariasi dan dipengaruhi oleh faktor musiman.

Empat karakteristik utama dari layanan di atas dapat diringkas sebagai berikut:

- Kualitas layanan lebih sulit dinilai daripada kualitas produk, sehingga standar yang digunakan untuk menilai kualitas layanan lebih kompleks.
- Pelanggan tidak hanya menilai kualitas layanan berdasarkan hasil akhir, tetapi juga mempertimbangkan proses pemberian layanan.
- Persepsi kualitas layanan berasal dari harapan konsumen terhadap penyedia layanan.

Kualitas pelayanan (quality of service) dapat dipahami dengan membandingkan persepsi klien terhadap pelayanan yang sebenarnya mereka terima atau terima dengan harapan atau persepsi nyata mereka terhadap atribut pelayanan perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsep kualitas pelayanan dibagi menjadi lima faktor yaitu, tangible, emosional, harga, keandalan (kualitas produk) dan empati (Suryani, 2008:122). Faktor Emosional (X4).

Menurut Irawan (2008:39), faktor emosional seperti kebanggaan, kepercayaan diri, simbol kesuksesan, menjadi bagian dari kelompok orang penting, dll, adalah contoh dari nilai emosional di balik kepuasan pelanggan. Kata emosi berasal dari bahasa latin *emovere* yang artinya menjauh. Arti kata ini mengandung makna bahwa kecenderungan untuk bertindak dalam emosi adalah mutlak.

3. Emotional Factor.

Menurut Irawan (2008:39), faktor emosional seperti kebanggaan, kepercayaan diri, simbol kesuksesan, menjadi bagian dari kelompok orang penting, dll, adalah contoh dari nilai emosional di balik kepuasan pelanggan. Kata emosi berasal dari bahasa latin *emovere*, yang berarti menjauh. Arti kata ini berarti bahwa kecenderungan untuk bertindak secara emosional mutlak.

b. Manfaat Kepuasan Konsumen

Beberapa manfaat program kepuasan pelanggan antara lain dapat berdampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatan pada masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*), menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan), menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan, meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok), pelanggan juga cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan, meningkatkan *bargaining power* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi (Tjiptono,2012).

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan cara (Kotler,2012) yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Sistem ini merupakan sistem dimana perusahaan menyediakan forum atau sarana untuk menyampaikan saran, pendapat dan kritik. Ini adalah hasil dari bisnis yang berorientasi pada pelanggan. Ada banyak jenis media yang dapat mengakomodasi sistem ini, termasuk menyediakan kotak saran yang terletak strategis, menyediakan kartu komentar yang dapat diisi di tempat atau melalui surat, dan menyediakan call center khusus untuk saran dan kritik. Diharapkan informasi ini akan memberikan masukan dan ide-ide baru yang akan membantu dengan cepat merespon pelanggan dan membuat perusahaan lebih menguntungkan.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Menggunakan survei kepuasan pelanggan adalah metode umum yang digunakan oleh banyak perusahaan untuk mendapatkan komisi langsung dari pelanggan melalui penelitian langsung atau melalui penggunaan media sosial. Hal ini merupakan tanda positif bahwa perusahaan memberikan perhatian kepada pelanggannya.

3. Pembelian Phantom

Metode mempekerjakan banyak orang (pembelian hantu) untuk berpura-pura sebagai pelanggan potensial atau pembeli produk perusahaan dan pesaing. Pembeli hantu kemudian akan mendapatkan wawasan tentang data, yang akan digunakan untuk mengembangkan produk mereka sendiri.

4. Analisis Pelanggan Terakhir

Metode yang digunakan untuk mengekstrak informasi dari pelanggan yang beralih ke penyedia lain. Informasi ini dapat dipertimbangkan ketika merumuskan kebijakan pengembangan perusahaan. Metode ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.2.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2017), pemasaran adalah proses manajemen di mana orang mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk yang mereka sediakan dan nilai produk mereka kepada orang lain. Menurut Stanton (2004), pemasaran adalah sistem umum kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan pembeli saat ini dan pembeli potensial.

2.2.3 Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran menurut Philip Kotler (2015: 191) dari Sunyoto dalam Da Nang. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

Pemasaran menurut Agustina Shinta (2014) mendefinisikan bahwa. Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen

b. Konsep Pemasaran

Menurut Sofjan Assauri (2015), konsep pemasaran adalah suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2.2.4. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013: 216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen. Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut.

2.4.5 Kepercayaan Konsumen

a. Pengertian Kepercayaan Konsumen

Menurut Mowen dan Minor (2002:312) dalam Dharma (2017:351) kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya.

b. Jenis kepercayaan konsumen:

1. Kepercayaan pada atribut objek Pengetahuan tentang objek memiliki atribut khusus yang disebut kepercayaan pada atribut objek. Kepercayaan atribut objek mengaitkan atribut dengan objek. Melalui kepercayaan pada atribut objek, konsumen mewujudkan pengetahuan mereka tentang sesuatu berdasarkan perubahan atributnya.
2. Manfaat produk memecahkan masalah dan menemukan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan kata-kata lain memiliki atribut yang memberikan keunggulan yang diketahui.
3. Keuntungan tepercaya Jenis jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek. Manfaat manfaat kepercayaan adalah pengakuan konsumen bahwa produk, orang dan layanan memberikan manfaat spesifik. (Doa, 2014).

c. Indikator

Indikator variabel kepercayaan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada (Rawl (2007) dalam Doni Juni Priansa, 2014)

1. Kepuasan merupakan sikap terhadap hasil transaksi, yang akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya, sehingga konsumen Pengaruhnya kesetiaan.
2. Skala hubungan interpersonal Merupakan ukuran derajat kepercayaan seseorang pada bagian lain. Pertama kali dibuat oleh Rotter (1971)
3. Trusted mengacu pada kebaikan, keterampilan, kejujuran, integritas, integritas, kepercayaan dan ketulusan konsumen. Trust ya.
4. Hasil kepercayaan Keyakinan diberikan oleh tindakan dan tidak hanya terkait dengan persepsi dan konsumen yang efektif.

2.2.6 Kinerja

2.2.6.1 Pengertian Kinerja

Pengertian kinerja menurut Moehariono (2012:95) yaitu kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi.

Menurut Suyadi (1999), kinerja adalah hasil kerja yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing. Itu sah, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral atau etika.

Sedangkan menurut Anwar Prabu (2000), kinerja (*job achievement*) adalah hasil dari kualitas dan kuantitas kerja yang dilakukan oleh pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah suatu kondisi yang harus dipahami dan dipastikan oleh pihak-pihak tertentu untuk

menentukan tingkat pencapaian hasil organisasi terkait dengan visi yang dirumuskan oleh organisasi atau perusahaan, serta untuk memahami positif dan negatifnya. efek kinerja. Sebuah kebijakan operasional. Kinerja merupakan indikator yang menentukan bagaimana suatu organisasi atau lembaga berusaha untuk mencapai tingkat produktivitas yang tinggi.

2.2.6.2 Penilaian Kinerja

Evaluasi kinerja adalah penilaian kunci dari dinamika pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan. Melalui evaluasi, Anda dapat memahami kinerja karyawan yang sebenarnya. Evaluasi kinerja pegawai khususnya pada industri jasa, yaitu:

- a. Pelayanan yang kondusif adalah bersikap tenang dan teratur agar suatu tujuan bisa berhasil.
- b. Kedisiplinan menurut (Siswanto, 2001) adalah suatu sikap menghormati, menghargai, patuh, dan taat terhadap peraturan-peraturan yang berlaku.
- c. Tanggung jawab adalah sikap dan perilaku seseorang dalam melaksanakan tugas dan kewajiban terhadap dirinya sendiri, masyarakat, lingkungan alam, lingkungan sosial budaya, negara dan Tuhan (Agus, 2012).
- d. Kecepatan dan ketepatan waktu menurut (Suharno, 1993:64) adalah kemampuan untuk mengerjakan aktifitas berulang yang berkesinambungan sesuai target kemampuannya.
- e. Keramahan dan kesopanan yaitu pelayanan personil yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal harus dapat memberikan sentuhan pribadi yang menyenangkan. (Sianipar, 1998:19).
- f. Hubungan yang baik dengan pelanggan menurut Temporal dan Troot (2002:7) merupakan kolaborasi dengan setiap konsumen yang mampu menciptakan keadaan yang tidak merugikan salah satu pihak.
- g. Kecekatan menurut Syafrudin (1992:54) mampu menangkap kemauan pelanggan dalam melayaninya.

- h. Penampilan adalah citra diri yang terpancar dari diri seseorang itu agar terlihat menarik, menawan, dan rapi.

2.2.6.3 Tujuan Penilaian Kinerja

Tujuan penilain kinerja bagi para karyawan dalam suatu perusahaan yakni, sebagai berikut:

a. Tujuan Evaluasi

Seorang manajer menilai kinerja dari masa lalu seorang karyawan dengan menggunakan tingkatan deskriptif untuk menilai kinerja dan dengan data tersebut berguna dalam mengambil keputusan-keputusan promosi, demosi, terminasi, dan kompensasi.

b. Tujuan Pengembangan

Seorang manajer mencoba untuk meningkatkan kinerja seorang karyawan di masa yang akan datang.

2.2.6.4 Faktor-faktor kinerja

Kinerja dapat pula diartikan sebagai hasil kerja seseorang melalui sebuah proses manajemen atau suatu organisasi secara keseluruhan yang hasil kerja tersebut dapat diukur dan ditunjukkan dengan bukti secara konkrit. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja menurut Gibson (1997, h.164) sebagai berikut:

a. Faktor Individu

Faktor individu meliputi kemampuan, ketrampilan, latar belakang keluarga, pengalaman kerja, tingkat sosial dan demografi seseorang.

b. Faktor Psikologis

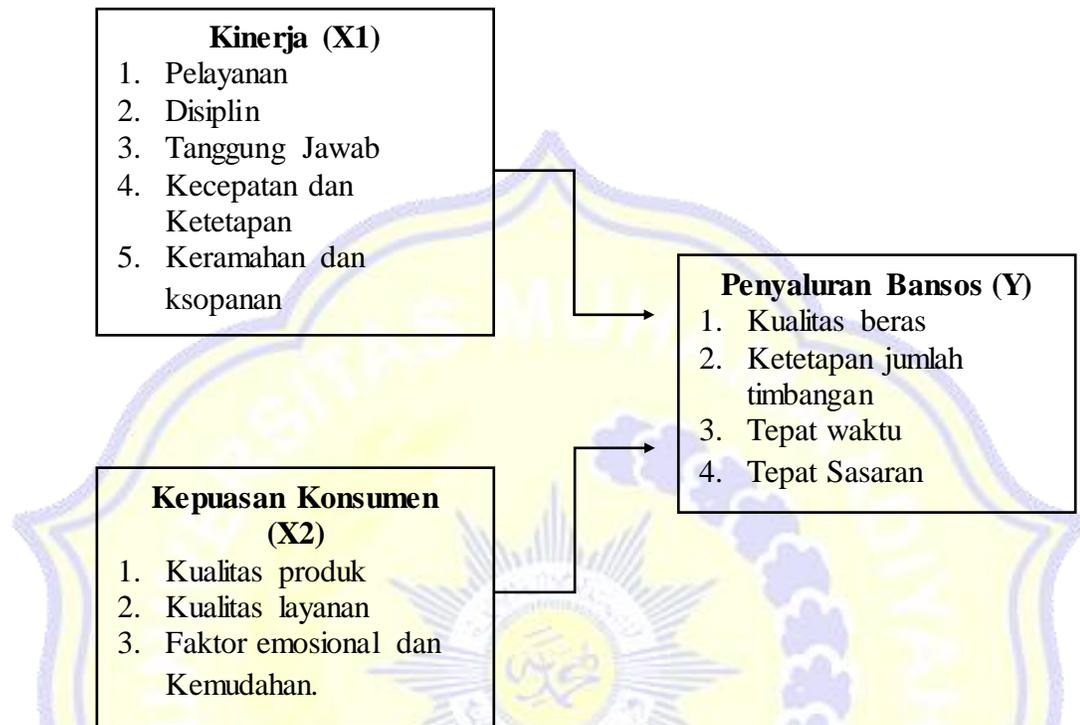
Faktor – faktor psikologis terdiri dari persepsi, peran, sikap, kepribadian, motivasi, lingkungan kerja dan kepuasan kerja.

c. Faktor Organisasi

Faktor organisasi mencakup struktur organisasi, desain pekerjaan, kepemimpinan dan imbalan.



2.3. Kerangka Teoritis



2.4 Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang harus membuktikan keasliannya atau ringkasan kesimpulan teoretis yang diperoleh dengan berkonsultasi dengan literatur. (Matono, 2010: 57.)

H_1 = Diduga kinerja Bantuan Sosial Beras Perum Bulog, perencanaanya sama dengan realisasi di lapangan.

H_2 = Diduga konsumen sudah puas terhadap Penyaluran Bantun Sosial Beras dari Perum Bulog.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012), metode kuantitatif adalah metode yang dapat diklasifikasikan secara spesifik, dapat diamati, dan diukur dengan mengaitkan variabel dengan data yang diolah secara numerik dan menggunakan statistik untuk analisis.

Peneliti menggunakan survei untuk mengklasifikasikan jenis penelitian deskriptif, mengamati dan menyebarkan kuesioner atau kuesioner sebagai sumber data, dan turun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang menerima kesejahteraan beras di Desa Duman Desa Dusun Duman Kec. Lingsar Kabupaten Lombok Barat.

3.2 Jenis Dan Sumber Data

Dalam tahapan pengumpulan data ini peneliti membagi menjadi dua data yaitu data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data diperoleh dengan mengamati langsung subjek penelitian di tempat, data tersebut diambil dari sumber asli yang khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan. Pengumpulan data utama dilakukan dengan cara mengeluarkan kuesioner (pengamatan), yaitu serangkaian pertanyaan tentang kepuasan konsumen dan kualitas beras yang harus dijawab oleh penerima bantuan sosial beras.

b. Data Sekunder

Data diperoleh dari buku-buku yang mendukung latar belakang penelitian, dokumen kelembagaan yang relevan, dan internet.

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunjo, 2002: 108). Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat penerima manfaat Program Bantuan Sosial Beras oleh Perum BULOG di Desa Duman, Dusun Duman Desa Kec. Lingsar Kab. Lombok Barat.

Tabel 3.2
Jumlah Populasi Penelitian

No	Jumlah RT	Jumlah Penerima Manfaat
1.	RT 01	10
2.	RT 02	12
3.	RT 03	18
4.	RT 04	17
5.	RT 05	26
6.	RT 06	13
7.	RT 07	20
8.	RT 08	15
9.	RT 09	17
10.	RT 10	11
11.	RT 11	16
12.	RT 12	14
13.	RT 13	8
Total		221

Sumber Data: Kantor Desa Duman (2021)

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2010: 109). Apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden lebih dari 100, maka pengambilan sampel 10% - 15% atau 20% -25% atau lebih (Arikunto, 2010: 112).

Berpijak pada pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 20% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi

melebihi 100 yaitu 221 Kepala Keluarga Penerima Bantuan. Berarti $221 \times 20\% / 100 = 44$ jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 44 Kepala Keluarga Penerima Bantuan.

Tabel 3.1
Jumlah Sampel Penelitian

No	Jumlah RT	Jumlah Penerima Manfaat
1.	RT 01	3
2.	RT 02	5
3.	RT 03	2
4.	RT 04	4
5.	RT 05	3
6.	RT 06	5
7.	RT 07	2
8.	RT 08	3
9.	RT 09	6
10.	RT 10	2
11.	RT 11	3
12.	RT 12	2
13.	RT 13	4
Total		44

Sumber Data: Data Diolah (2021)

c. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jauh. Yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, (Sugiyono,2018;85). Maka sampel dalam penelitian ini adalah berdasarkan siapa saja konsumen yang menerima bantuan sosial beras pada Desa Duman, Dusun Duman Desa.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan membagikan alat penelitian kepada responden berupa kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan memberikan responden serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. (Suginono,

2012). Teknik ini dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan tertulis yang siap untuk diisi oleh orang yang diwawancarai. Dalam penelitian ini, data dilewatkan:

a. Observasi

Teknik observasi merupakan kegiatan pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung dengan menggunakan alat indera penglihatan dan pendengaran terhadap gejala-gejala yang terjadi. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data terkait kepuasan masyarakat terhadap Penyaluran Bantuan Sosial Beras, yang ada di Desa Duman, Dusun Duman Desa Kec. Lingsar Kab. Lombok Barat.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada semua pihak yang terlibat langsung dalam penelitian, peneliti mengajukan pertanyaan dan jawaban kepada para penerima manfaat dan mendukung data yang diperoleh dari lembaga dalam penelitian ini. Pertanyaan nantinya akan diajukan kepada:

- a. Kepala Desa Duman
- b. Masyarakat yang terdaftar penerima manfaat bantuan tersebut dari 221 kepala keluarga penerima yang di ambil hanya 20% =44 penerima bantuan.

c. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan mencantumkan pertanyaan atau pernyataan kepada orang yang diwawancarai, dan orang yang diwawancarai menjawab pertanyaan atau pernyataan tersebut dalam bentuk tertulis. Responden tersebut adalah penerima manfaat Program Penyaluran Bantuan Sosial Beras di Desa Duman, Dusun Duman Desa. Yaitu 44 orang.

d. Dokumentasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan mengambil data yang dapat di gunakan sebagai data pendukung penelitian ini dapat berupa gambar, daftar penerima manfaat bantuan.

3.5 Devinisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (variabel x) adalah kepuasan konsumen, dan variabel terikat (variabel y) meliputi: kualitas beras yang diterima, jumlah/skala yang diberikan, waktu dan target yang ditetapkan.

1. Variabel bebas adalah kepuasan konsumen terhadap penerima bansos beras. Kepuasan konsumen adalah kepuasan konsumen yang menggunakan atau memakan beras berkualitas tinggi sesuai dengan peraturan.
2. Variabel terikat didefinisikan sebagai berikut:
 1. Kualitas beras sempurna dan memenuhi persyaratan beras dari indikator berikut:
 - Padi tanpa hama dan penyakit hidup.
 - Nasi tidak berbau apek, asam atau bau aneh lainnya.
 - Beras tidak memiliki dedak atau dedak.
 - Beras tidak mengandung bahan kimia berbahaya.
 2. Ketepatan jumlah platform penimbangan mengacu pada apakah jumlah platform penimbangan yang telah diterbitkan sesuai dengan persyaratan jumlah platform penimbangan yang dikirimkan ke konsumen. Indikatornya adalah sebagai berikut:
 - Tidak ada kebocoran dari karung beras.
 - Jumlah minimum beras yang dibeli sesuai dengan peraturan pemerintah adalah 10 Kg / KK / bulan dan maksimum adalah 20 Kg / KK / bulan.
 3. Ketepatan waktu mengacu pada pelaksanaan pengiriman sesuai rencana yang dijadwalkan, indikatornya adalah sebagai berikut:
 - Pengiriman tepat waktu / beras di tempat.
 - Konsumen menerima beras tepat waktu.
 4. Pada tujuan, tujuan yang direncanakan sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan agar beras dapat mencapai tujuan yang sebenarnya, indikatornya adalah sebagai berikut:

- Bantuan sosial beras diberikan kepada keluarga yang telah teridentifikasi dan terdaftar dalam daftar penerima bantuan sosial beras.
 - Penerima Bantuan Sosial Beras adalah keluarga miskin yang terdampak pandemi COVID-19, dan berhak atas Bantuan Sosial Beras.
3. Variabel terikat adalah kepuasan konsumen terhadap penerima bantuan beras. Kepuasan konsumen mengacu pada kepuasan konsumen atas penggunaan atau konsumsi beras berkualitas tinggi sesuai dengan ketentuan.

3.6 Metode Pengukuran Data

Gunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif saat menganalisis data penelitian. Untuk menjawab pertanyaan tentang kepuasan konsumen terhadap kesejahteraan beras, digunakan analisis kepentingan-kinerja.

Dalam penelitian ini digunakan skala 5 tingkat (likert), yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, dan tidak penting.

- a. Satu jenis. Jawaban yang sangat penting memiliki bobot 5
- b. Bobot jawaban penting adalah 4
- c. Jawaban yang sangat penting memiliki bobot 3
- d. Jawaban yang paling tidak penting memiliki bobot 2
- e. Jawaban tidak penting memiliki bobot 1

Untuk kinerja, diberikan lima evaluasi, dengan bobot sebagai berikut:

- a. satu jenis. Jawaban sangat baik memiliki bobot 5 yang berarti konsumen sangat puas. Bobot
- b. jawaban Yuhao adalah 4 yang berarti kepuasan konsumen.
- c. derajat Celcius Jawaban cukup baik memiliki bobot 3 yang berarti konsumen sangat puas.
- d. hari. Bobot jawaban buruk adalah 2 yang berarti konsumen tidak puas.

- e. Bobot jawaban yang salah adalah 1, yang menunjukkan bahwa konsumen tidak puas.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Uji Instrumen

Sebelum menganalisis data, dalam penelitian ini perlu dilakukan pengujian alat yaitu daftar pertanyaan yang diajukan dalam angket, terlebih dahulu menggunakan uji yang disebut uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji validitas dan reliabilitas, sehingga hasil penelitian menggambarkan situasi yang sebenarnya.

a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengukur validitas adalah internal, yang dilakukan dengan analisis faktor untuk mendapatkan hasil uji yang benar-benar efektif dalam penelitian ini. Metrik yang digunakan untuk mengukur validitas adalah validitas konstruk. Koefisien korelasi antara kalimat dan skor total dihitung dengan menggunakan rumus berikut;

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah data

Y variabel tergantung dan X variabel pengaruh

Menurut rumus, koefisien korelasi minimum adalah nol (0) dan maksimum adalah satu (1), atau dapat ditulis sebagai: $0 < r \leq 1$.

Jika nilai r positif dan r hasil $> r$ tabel, maka elemen atau variabel tersebut valid, tetapi jika r tidak positif dan r hasil $< r$ tabel, elemen atau variabel tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat diartikan sebagai tingkat presisi, reliabilitas, atau stabilitas alat ukur pada saat mengukur gejala. Semakin tinggi tingkat reliabilitas alat ukur tersebut. Alat ukur mengukur. Semakin stabil gejalanya, semakin andal.

Metode yang digunakan adalah reliabilitas konsistensi internal, yaitu konsep yang menekankan pada konsistensi masalah pada alat, yaitu menganalisis data suatu hasil pengukuran. Metode yang digunakan adalah *Cronhach's Alpha*, dimana tingkat signifikansi yang digunakan hanya menjadi dasar pengambilan keputusan:

1. Jika r Alpha positif dan r Alpha $>$ r tabel, maka elemen atau variabel tersebut reliabel.
2. Jika r Alpha positif dan r Alpha $<$ r tabel, maka elemen atau variabel tersebut tidak reliabel. Rumus *alfa cronhach* adalah:

$$\alpha = \left(\frac{N}{N-1} \right)^n = 1 - \left(\frac{\sum \sigma^2 item}{\sigma^2 total} \right)$$

Keterangan:

α = Cronbach 'salpha

n = banyaknya pertanyaan

$\sigma^2 item$ = varian dari pertanyaan

$\sigma^2 total$ = varian dari skor

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah model regresi tanpa multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan normalitas data. Atas dasar itu, model regresi yang digunakan dalam penelitian diuji. Pengujian dilakukan dengan uji hipotesis klasik, seperti gambar di bawah ini:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas, dan variabel terikat dalam penelitian berdistribusi normal (Ghozali, 2013). Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik satu parameter Kolmogorov-Smirnov (KS). Jika nilai Asymp. sig (2tailed) > (0,05) Maka dapat dikatakan variabel tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antara variabel bebas dengan model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013). Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance <0> 10 maka terjadi multikolinearitas yang tidak dapat ditoleransi, dan variabel ini harus dikeluarkan dari model regresi agar hasil yang diperoleh tidak bias.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013: 134), uji heteroskedastisitas dirancang untuk menguji apakah terdapat perbedaan varians residual model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah uji Glesjer. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yang terdiri dari penambahan jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya memiliki satu, dua, atau lebih variabel bebas. Karena penelitian ini terdiri dari beberapa variabel bebas, maka penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini memiliki variabel bebas dan variabel terikat, sehingga dalam hal ini regresi linier berganda dinyatakan melalui persamaan matematis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Penyaluran Bantuan Sosial Beras (Y)

a : Konstanta

X_1 : Kinerja

X_2 : Kepuasan Konsumen

b : Koefisien regresi

ε : Error term (residual)

Analisis berganda, ketepatan dari fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual diukur dari goodness of fit (uji kecocokan). Secara statistik, hal tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2), nilai statistik F (uji kelayakan model), dan nilai statistik t (uji hipotesis) dengan penjelasan sebagai berikut:

3.7.4 Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013: 178). Kriteria evaluasi dilakukan dengan mengamati hasil regresi menggunakan program SPSS yang meliputi membandingkan tingkat signifikansi masing-masing variabel independen dengan 0,05. Jika taraf signifikansi $t = 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Namun, jika tingkat signifikansi $t > 0,05$, tolak H_1 dan terima H_0 .

3.7.5 Uji F

Menurut Ghozali (2013) apabila hasil uji F adalah signifikan atau p value < 0,05 maka disimpulkan model regresi yang digunakan layak uji. Sebaliknya jika p value > 0,05 maka dapat disimpulkan model regresi yang digunakan tidak layak uji. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan derajat kepercayaan dengan taraf signifikan α sebesar 5% (0,05).

3.7.6 Koefisien derterminasi R^2

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ikhsan, 2008:249).

Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel-variabel terikat sangat terbatas. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin tinggi variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat.

