



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 12%**

Date: Monday, September 17, 2018

Statistics: 2050 words Plagiarized / 17352 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

MEDIASI KNOWLEDGE SHARING DALAM HUBUNGAN TRUST DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGE (STUDI EMPIRIS DI BANK PENYEDIA KREDIT AGRIBISNIS) TESIS Oleh: AKBAR HARIPUTRA NRP : 16240003 MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA 2018 ii LEMBAR PENGESAHAN TESIS Judul SKRIPSI : MEDIASI KNOWLEDGE SHARING DALAM HUBUNGAN TRUST DAN KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGE (STUDI EMPIRIS DI BANK PENYEDIA KREDIT AGRIBISNIS) Nama Mahasiswa : AKBAR HARIPUTRA Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS Menyetujui, Dosen Pembimbing I Dosen Pembimbing II Prof. Dr. Ir. Hj.

Sri Arijanti Prakoeso, MM Dr. Ir. Hary Sastryawanto, MS Mengetahui Ketua Program Studi Dekan, Magister Manajemen Agribisnis, Dr. Ir. Sri Rahayu MJH, MS Ir.

JajukHerawati, M. Kes iv KATA PENGANTAR Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini.

Sesuai dengan judulnya, penelitian tesis ini menjelaskan tentang "Mediasi Knowledge sharing dalam hubungan trust dan kepemimpinan transformasional terhadap competitive advantage (Studi empiris di bank penyedia kredit agribisnis)". Penelitian tesis ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mmencapai Gelar Magister Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada: 1. Kedua orang tua, dan Saudara-saudara saya yang selalu mendukung, memberi perhatian, kasih sayang, dorongan semangat dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis. 2. Prof.

Dr. Ir. Hj. Sri Arijanti Prakoeso, MM. selaku pembimbing tesis atas segala bimbingan dan motivasi dari beliau hingga terwujudnya tesis ini. 3. Dr. Ir.

Hary Sastryawanto, M.S, pembimbing tesis atas segala bimbingan dan yang selalu sabar menemani diskusi atas permasalahan yang dihadapi oleh penulis. 4. Teman-teman S2 Manajemen Agribisnis yang telah mendukung dalam menyelesaikan Tesis ini. 5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tesis ini. Penulis sudah berusaha maksimal dalam menyusun penelitian tesis ini, namun penyusunan tesis ini masih belum sempurna.

namun demikian, penulis berharap penelitian tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Surabaya, 10 Juli 2018 Penulis v ?

DAFTAR ISI HALAMAN SAMBUNG	
..... i HALAMAN PENGESAHAN	
..... ii LEMBAR UJIAN TESIS	
..... iii KATA PENGANTAR	
..... iv ABSTRAK	
.....	
v DAFTAR ISI	vii DAFTAR TABEL
..... x DAFTAR GAMBAR	
..... xii BAB I. PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang..... 1 1.2. Rumusan Masalah..... 3 1.3. Tujuan Penelitian	
.....	
3 1.4. Manfaat Penelitian	3 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Tinjauan Teoritis..... 4 2.1.1. Trust: Pengertian dan Pengukuran
..... 4 2.1.2. Kepemimpinan Transformasional: Pengertian dan Pengukuran...	4 2.1.3. Knowledge Sharing: Pengertian dan Pengukuran..... 5 2.1.4. Competitive Advantage: Pengertian dan Pengukuran
..... 6 2.2.	
Kajian Penelitian Terdahulu	7 2.2.1. Hubungan Trust, Knowledge Sharing dan Competitive Advantage
..... 7 2.2.2. Hubungan Kepemimpinan, Knowledge Sharing dan Competitive Advantage	..... 8 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian..... 10
2.4. Hipotesis	.....
10 v ?? BAB III. METODE PENELITIAN 3.1. Rancangan Penelitian	
..... 11 3.2. Pengujian Fakta	

.....	12	3.2.1. Pemilihan	
Data.....	12	3.2.2. Pengumpulan	
Data.....	13	3.2.3. Analisis	
Data.....	14	BAB IV. ANALISIS HASIL PENELITIAN 4.1.	
Karakteristik Responden.....			
15	4.1.1. Usia Responden	15	4.1.2. Pendidikan
Responden.....	16	4.2. Uji	
Validitas.....	16	4.3. Uji Realibilitas	
.....	23	4.4. Deskripsi Variabel Penelitian	
.....	24	4.5. Persepsi Responden terhadap	
Vafiabel.....			
28	4.5.1. Persepsi terhadap Variabel Trust	28	4.5.2. Persepsi
terhadap Variabel Kepemimpinan Transformasional.....	29	4.5.3. Persepsi terhadap	
Variabel Knowledge Sharing.....	30	4.5.4. Persepsi terhadap Variabel	
Competitive Advantage	31	4.6. Hasil Pengujian Asumsi Klasik	
.....	32	4.6.1. Uji	
Normalitas.....			
32	4.6.2. Uji Heterosketastisitas	33	4.6.3. Uji
Autokolerasi.....	34	4.6.4. Uji	
Multikolonieritas.....	35	4.7. Hasil Pengujian Analisa	
Regresi dan pengujian Hipotesis.....	36	4.7.1. Pengaruh	
Langsung.....	36	4.7.2. Pengaruh Tidak Langsung	
.....			
42	ix	BAB V. PENUTUP	47
5.1. Kesimpulan			
5.2. Saran		49	5.2.1. Bagi penegembang
teori		49	5.2.1. Bagi
Praktisi.....		50	DAFTAR PUSTAKA
.....		51	
LAMPIRAN.....		53	x DAFTAR TABEL No.
Teks Hal 3.1. Kantor Cabang (KC) Dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank Mandiri			
Surabaya	12	3.2.	

Variabel Dan Indikator Instrumen Penelitian 13 4.1. Komposisi Usia Responden 15 4.2. Komposisi Pendidikan Responden 16 4.3. Korelasi Antar Item Pada Indikator X11 Variabel X1 17 4.4. Korelasi Antar Item Pada Indikator X12 Variabel X1 18 4.5. Korelasi Antar Item Pada Indikator X21 Variabel X2 19 4.6. Korelasi Antar Item Pada Indikator X22 Variabel

X2 19 4.7.

Korelasi Antar Item Pada Indikator X23 Variabel X2 20 4.8. Korelasi Antar Item Pada Indikator X24 Variabel X2 20 4.9. Korelasi Antar Item Pada Indikator Y11 Variabel Y1 21 4.10. Korelasi Antar Item Pada Indikator Y12 Variabel Y1 22 4.11. Korelasi Antar Item Pada Indikator Y21 Variabel Y2 22 4.12. Korelasi Antar Item Pada Indikator Y22 Variabel Y2 23 4.13.

Korelasi Antar Item Pada Indikator Y23 Variabel Y2 23 4.14. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen 24 4.15. Deskripsi Variabel Trust (X1) 25 4.16. Deskripsi Variabel Kepemimpinan Transformasional (X2) 26 4.17. Deskripsi Variabel Knowledge Sharing (Y1) 27 4.18. 4.19. Deskripsi Variabel Competitive Advantage (Y2) Dasar Interpretasi Skor Variabel Penelitian 27 28 4.20. Hasil Pengujian Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov 33 4.21.

4.22. 4.23. Hasil Pengujian Uji Heterosketastisitas Spearman's Rho Hasil Pengujian Uji Autokolerasi Durbin – Watson (DW) Hasil Pengujian Uji Multikolonieritas 33 34 35 x 4.24. Hasil Analisa Regresi Variabel Knowledge Sharing (Y1) Terhadap Competitive Advantage (Y2) 36 4.25.

Hasil Analisa Regresi Variabel Trust (X1) Terhadap Competitive Advantage (Y2) 37 4.26. Hasil Analisa Regresi Variabel Trust (X1) Terhadap Knowledge Sharing (Y1) 39 4.27. Hasil Analisa Regresi Variabel Kepemimpinan (X2) Terhadap Knowledge Sharing (Y1) 40 4.28.

Hasil Analisa Regresi Variabel Kepemimpinan (X2) Terhadap Competitive Advantage (Y2) 41 4.29. Hasil Analisa Regresi Knowledge Sharing (Y1) Memediasi Pengaruh Variabel Trust (X1) Terhadap Competitive Advantage (Y2) 43 4.30. Hasil Analisa Regresi Pengaruh Knowledge Sharing (Y1) Terhadap Variabel Kepemimpinan (X2) Dan Competitive Advantage (Y2) 45 x ? DAFTAR GAMBAR No. Teks Hal 2.1.

Hubungan antara Trust, Knowledge Sharing dan Competitive Advantage 8 2.2.

Hubungan antara Kepemimpinan, Knowledge Sharing dan Aompetitive Advantage 9 2.3.

Kerangka Konseptual Penelitian 10 3.1. 4.4. Bagan Alur Metode Penelitian Pengujian Uji Autokolerasi Durbin – Watson (DW) 11 35 v ABSTRAK Profil perbankan menjadi salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan sangat strategis dalam konsolidasi keamanan perekonomian suatu negara.

Dalam fungsi intermediasi kontemporer, bank mulai berlomba-lomba menawarkan produk-jasa berbasis knowledge, konsumen education dan tingkat kepercayaan (trust) tinggi, sehingga diharapkan menjadi strategi competitive advantage yang terdeferensiasi.

Competitive advantage adalah bagian dari work outcome, yang membutuhkan dukungan yang signifikan dari penguatan tradisi intelektual knowledge sharing, juga membutuhkan dukungan keyakinan kuat dalam bentuk trust anggota dan gaya kepemimpinan yang bisa merangkul, ber-visi dan terpercaya serta memiliki unjuk keteladanan kinerja yang unggul (outstanding performance). Pada penelitian ini mengembangkan hasil-hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini bertujuan: 1).

Untuk mengetahui apakah knowledge sharing memediasi hubungan antara trust dan competitive advantage. 2). Untuk mengetahui apakah knowledge sharing memediasi hubungan antara kepemimpinan dan competitive advantage. Untuk mendukung penelitian ini digunakan sampel 30 Kantor Cabang (KC) dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank X yang menyediakan kredit agribisnis.

Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur, dengan model yang digunakan pada penelitian ini adalah model persamaan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung yang pertama menunjukkan bahwa knowledge sharing tidak menjadi mediasi melainkan intervening antara variabel trust dan variabel competitive advantage karena knowledge sharing melemahkan hubungan antara variabel trust dan variabel competitive advantage.

Pengaruh tidak langsung yang kedua bahwa knowledge sharing menjadi mediasi antara variabel kepemimpinan dan variabel competitive advantage karena knowledge sharing memperkuat hubungan antara variabel kepemimpinan dan variabel competitive advantage. Kata kunci : knowledge sharing, trust, competitive advantage, model persamaan regresi linier berganda, pengaruh tidak langsung v ABSTRACT Banking profiles become one of the financial institutions which has a very strategic role in consolidating the security of economic countries.

In the contemporary intermediation function, banks are starting to offer knowledge-based products, consumer education and trust levels, so it is expected to become a deferred competitive advantage strategy. Competitive advantage is part of the work outcome, which requires significant support from strengthening the intellectual tradition of knowledge sharing, also requires the support of strong beliefs in the form of member trusts and leadership styles that can embrace, having vision, reliable and, having superior performance (outstanding performance). This study develop the results of previous research.

The aim of this study: 1) To know whether knowledge sharing mediates the relationship between trust and competitive advantage, 2) To know whether knowledge sharing mediates the relationship between leadership and competitive advantage. To support

this research, a sample of 30 Branch Offices (KC) and Help Branch Offices (KCP) of Bank X which provide agribusiness credit.

To analyze this research is using path analysis and this research model is using a multiple linear regression equation. **The results of this study** show that the first indirect influence shows that knowledge sharing does not mediate the intervening between trust and competitive advantage because knowledge sharing weakens **the relationship between trust and** competitive advantage variables.

The second indirect influence is knowledge sharing mediates between leadership variables and competitive advantage variables because knowledge sharing strengthens **the relationship between leadership** variables and competitive advantage variables.

Keywords : knowledge sharing, trust, competitive advantage, **multiple linear regression equation** model, indirect influence **1 BAB I PENDAHULUAN 1.1**

Latar Belakang Masalah Profil perbankan menjadi **salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan** sangat strategis dalam konsolidasi keamanan perekonomian suatu negara. Dalam fungsi intermediasi kontemporer, bank mulai hadir berlomba-lomba menawarkan produk-jasa berbasis knowledge, konsumen education dan tingkat kepercayaan (trust) tinggi, sehingga diharapkan menjadi strategik competitif advantage (keunggulan kompetitif) yang terdeferensiasi.

Istilah competitive advantage di abad 21 seakan menjadi tujuan pencarian akhir (final searching) yang diyakini menggaransi keberlangsung organisasi (sustainable organization). Istilah tersebut sejak tahun 1999 telah **dipopulerkan oleh Peter Drucker** dengan pernyataan bahwa perusahaan yang memiliki kinerja tinggi telah berubah dari ketergantungan pada persewaan tradisional sumber daya beralih mengandalkan knowledge organisasi dan knowledge pekerja untuk **meraih competitive advantage di** abad ke-21.

Eksplisitas knowledge bisa dilakukan dalam format sharing(berbagi) yang di upgrade pada pencapaian sustainable competitive advantage. Dalam hubungan efektifitas format tersebut, membutuhkan penyediaan modal internal (internal capital). Modal internal organisasi diyakini bisa digerakan atau diubah oleh akselerasi **kualitas sumber daya manusia** antara kualitas kepemimpinan dan anggota organisasi.

McDermott (2000) menyatakan bahwa Pemimpin perubahan memerlukan knowledge sharing pada saat mengimplementasikan dan menciptakan pengetahuan. Menurut Mulligan (2001), knowledge sharing disebut sebagai cara untuk mengelola pengetahuan(knowledge management). Selanjutnya, Kalseth and Cummings, (2001)

mengungkapkan bahwa organisasi harus menerapkan praktik knowledge dengan cara menjadi bagian dari strategi bisnis mereka, karena semua competitive advantage mereka bergantung pada knowledge pekerja mereka.

Competitive advantage adalah bagian dari work outcome, yang membutuhkan dukungan energi besar dari anggota organisasi. Selain dukungan yang signifikan dari penguatan tradisi intelektual seperti knowledge sharing, juga membutuhkan dukungan keyakinan kuat dalam bentuk trust anggota dan gaya kepemimpinan yang bisa merangkul, ber-visi dan terpercaya serta memiliki unjuk keteladanan kinerja yang unggul (outstanding performance) 2 dalam format dua fungsi utama kepemimpinan yakni kepentingan organisasi dan anggota.

Kemampuan kepemimpinan dalam mendukung berbagi pengetahuan dapat menjadi kuat dalam **mempertahankan competitive advantage suatu organisasi** (McDermott, 2000). Menurut Drucker (1995), pekerjaan organisasi sedang berubah dari satu tempat para pemimpin mengelola pekerjaan, ke lingkungan **di mana para pemimpin** mengelola orang-orang dengan pengetahuan. Kontribusi studi sebelumnya menunjukkan bahwa competitive advantage sebagai work outcome (Alipour et al., 2010; Hooff dan Weenan, 2004; Liao et al., 2007; Gruber, 2000; Liao et al., 2007; Gruber, 2000; Waheed et al., 2013; Mulligan, 2001; Chen, 2004; Evans, 2013).

Hal ini menunjukkan bahwa studi kajian terhadap sustainable competitive advantage organisasi memerlukan banyak pendekatan dan strategi (all approach strategy) agar terus mengalami survival organisasi. Studi Alipour et al., (2010) membuktikan bahwa knowledge sharing sebagai prediktor signifikan dalam peningkatan pengaruh besar competitive advantage.

Hooff dan Weenan, (2004) menunjukkan bahwa knowledge sharing memainkan peranan yang sangat penting dalam mengkaselerasi inovasi, competitive advantage, dan intellectual capital. Liao et al., (2007) dalam penelitian yang dilakukan pada karyawan perusahaan di Taiwan menyatakan mungkin ada **faktor lain yang mempengaruhi** knowledge sharing di antara karyawan namun keseluruhan inovasi sebagai keunggulan bersaing sebuah organisasi bergantung pada knowledge sharing.

Dengan demikian, tujuan pencapaian studi ini diharapkan: menguji direct effect antara kepemimpinan, trust, knowledge sharing terhadap competitive advantage. Oleh karena itu, dilakukan penekanan frekuensi pengumpulan data dengan instrumen survey berulang pada responden. di bank konvensional dengan populasi yang tersebar di 30 **Kantor Cabang (KC) dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank X, Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur, dengan model yang digunakan pada**

penelitian ini adalah model persamaan regresi linier berganda.

Perhitungan koefisien jalur menggunakan metode regresi dengan bantuan SPSS. Hasil pengujian dan temuan model, akan berimplikasi dalam referensi implementasi pengembangan strategik teknis manajerial perbankan di Indonesia guna pencapaian competitive advantage. 3 1.2 Rumusan Masalah 1. Apakah knowledge sharing berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage 2.

Apakah trust berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage 3. Apakah trust berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing 4. Apakah knowledge sharing memediasi hubungan antara trust dan competitive advantage 5. Apakah kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing 6. Apakah kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage 7.

Apakah knowledge sharing memediasi hubungan antara kepemimpinan dan competitive advantage 1.3 Tujuan Penelitian 1. Untuk mengetahui apakah knowledge sharing berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage 2. Untuk mengetahui apakah trust berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage 3.

Untuk mengetahui apakah trust berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing 4. Untuk mengetahui apakah knowledge sharing memediasi hubungan antara trust dan competitive advantage 5. Untuk mengetahui apakah kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing 6.

Untuk mengetahui apakah kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage 7. Untuk mengetahui apakah knowledge sharing memediasi hubungan antara kepemimpinan dan competitive advantage 1.4 Manfaat Penelitian 1. Memberikan pengetahuan tentang competitive advantage. 2. Memberikan literatur bacaan mengenai competitive advantage. 3.

Memberikan pengetahuan tentang hubungan trust, kepemimpinan, dan knowledge sharing 4 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA Penelitian ini pada dasarnya mensinergiskan dengan mengembangkan dan menguji hubungan dari teori perilaku organisasi dan manajemen strategik. Kerangka konseptual yang dikembangkan dalam studi ini adalah mengaitkan direct variable seperti hubungan trust dan kepemimpinan terhadap knowledge sharing dan competitive advantage, sementara indirect variable terkait hubungan knowledge sharing terhadap competitive advantage yang dimediasi oleh trust dan kepemimpinan yang di uji secara simultan. 2.1. Tinjauan Teoritis 2.1.1.

Trust : Pengertian dan Pengukuran Instrumen Banyak faktor untuk meningkatkan sharing



pengetahuan antar karyawan terdapat yang berperan penting namun trust antar karyawan sangat penting (Ardichivili et al., 2003), karena untuk interaksi sharingknowledge sangat penting dan untuk interaksi antara trust karyawan adalah wajib, tanpa saling percaya berbagi pengetahuan antar karyawan tidak dapat berkembang (Srivastava dan Bartol, 2002). Cook and Wall (1980) mendefinisikan trust sebagai "sejauh mana seseorang memiliki prasangkadan kepercayaan baik atas niat, kata-kata dan tindakan orang lain".

Ditemukan beberapa instrumen trust, hal ini disebabkan tidak adanya konsensus tentang mana yang terbaik (Podsakoff et al., 1990). Akibatnya, beberapa penelitian cenderung menggunakan instrumen berbeda atau sering dimodifikasi. Penelitian ini menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Cook and Wall dengan menggunakan 12 item instrumen "Interpersonal Trust at Work" untuk mengukur trust dalam penelitian ini, dengan dua subskala yang mengukur (a) keyakinan pada sesama rekanan pihak Manajemen (faith in peers and faith in Management) (b) kepercayaan pada sesama dan pihak manajemen (confidence in peers and confidence in manage). 2.1.2

Kepemimpinan Transformasional: Pengertian dan Pengukuran Kepemimpinan transformasional telah didefinisikan sebagai kemampuan pemimpin untuk menumbuhkan hubungan yang saling memuaskan dimana pengikut diangkat ke tingkat yang luar biasa dan tampil melampaui harapan (Bass, 1985). Definisi itu telah disempurnakan oleh para peneliti dalam usaha mereka untuk menemukan apa yang membuat seorang pemimpin 5 transformasional berhasil.

Misalnya, Conger (1997) mendefinisikan pemimpin transformasional dalam hal pemimpin karismatik sebagai orang yang menganjurkan visi yang tidak konvensional, mengambil risiko untuk mendukung visi tersebut, memperhatikan kebutuhan anggota, dan menunjukkan kepercayaan dan pengaruh. Podsakoff et al., (1990) mencirikan pemimpin transformasional sebagai orang yang menetapkan visi yang terukur, mendorong saling ketergantungan kelompok, menantang pemikiran para anggota, mendukung kebutuhan anggota, dan memimpin dengan memberi contoh.

Penelitian ini menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Bass pada tahun 1985 yang telah mempopulerkan instrumen kepemimpinan transformasional, dengan istilah "Multifactor Leadership Questionnaire" (MLQ). MLQ adalah instrumen yang paling banyak digunakan untuk mengidentifikasi gaya kepemimpinan (Kanste et al., 2007). 1. Pengaruh idealis/karisma (Idealized influence) - Pengembangan keyakinan (faith), kebanggaan (pride), kepedulian (respect), dan kesadaran akan nilai outcome (the awareness of the task's outcome value), relevansi (relevance), prioritas tugas (priority). 2.

Motivasi inspirasional (Inspirational motivation) - Pengembangan terhadap peningkatan ekspektasi atau tujuan tinggi, pemanfaatan dari simbol untuk memfasilitasi dan meningkatkan fokus pengikut, dan kemampuan untuk menggambarkan proses yang kompleks secara sederhana, menciptakan lingkungan dan mentalitas yang optimis. 3. Stimulasi intelektual (Intellectual stimulation) - Pengembangan imajinasi, kreativitas, kecerdasan, logika, rasionalitas, dan kecermatan memecahkan masalah dengan berpikir dan metode baru. Faktor ini terkait dengan lingkungan inovatif dimana pemikiran di luar kotak tidak hanya diijinkan tapi diharapkan.

Para pemimpin menanamkan budaya "berpikir kemudian bertindak" dimana kesalahan dianggap sebagai pembelajaran. 4. Pertimbangan individual (Individualized consideration) – Kemampuan dalam memberikan perhatian terhadap anggota dalam bentuk pembinaan serta membangun interaksi pada pihak lainnya dengan terlibat dalam pencapaian potensi besar anggota. 2. 1.3

Knowledge Sharing: Pengertian dan Pengukuran Instrumen Knowledge ada pada berbagai tingkatan di dalam organisasi: individu, kelompok, antar departemen, divisi, dan organisasi (De and Fahey, 2000). Oleh karena itu, knowledge sharing bisa terjadi pada tingkat yang berbeda, ada knowledge sharing antar organisasi atau bahkan knowledge sharing lintas bangsa.

Studi ini hanya memfokuskan knowledge sharing hanya di 6 level individu, dengan pertimbangan bahwa pengetahuan berada di wadah individu. Individu adalah elemen dasar akan tetapi para aktor utamanya eksis di semua tingkatan dalam proses knowledge sharing yang terjadi di dalam organisasi. Definisi dari knowledge sharing di dalam kamus Merriam-Webster menyatakan bahwa "share" boleh diartikan "untuk membagi dan mendistribusikan pembagian, membagi secara adil, seperti halnya untuk ikut serta, menggunakan, mengalami, menduduki, atau menikmati dengan yang lain".

Beberapa peneliti mengadopsi pengertian "berbagi" untuk menggambarkan berbagi pengetahuan. Knowledge sharing adalah perilaku memberikan pengetahuan seseorang, yang diperoleh dari anggota lainnya di dalam organisasi (Ryuet al., 2003), atau "alat yang menyediakan atau memindahkan pengetahuan seseorang ke orang yang lain" (Bock et al., 2005).

Istilah lain dari knowledge sharing adalah knowledge transfer (transfer pengetahuan) yang sering dikonseptualisasikan sebagai transmisi pengetahuan dari kesatuan sumber ke kesatuan penerima, atau dari ahli ke orang baru, yakni sumber "memberi" atau "mendistribusikan" pengetahuan kepada penerima tersebut. Di samping itu, para peneliti transfer pengetahuan pada umumnya menggunakan kesatuan organisasi atau

organisasi sebagai unit analisa (Cummings and Teng, 2003).

Pengertian tersebut diistilahkan "knowledge sharing" oleh Nonaka (1994) yang menguraikan bagaimana peserta, baik tenaga ahli maupun orang baru, ikut serta bersama-sama dalam proses pembelajaran dan menciptakan pengetahuan baru. Penelitian ini menggunakan instrumen "Knowledge-Sharing Behavior" yang dikembangkan oleh Cabrera and Cabrera (2005) dengan dua dimensi, yaitu perilaku penyedia dan pencarian pengetahuan. 2.1.4.

Competitive Advantage : Pengertian dan Pengukuran Competitive advantage adalah keuntungan lebih daripada pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai konsumen yang lebih besar, baik harga yang lebih rendah atau dengan memberikan keuntungan lebih besar dan layanan yang membenarkan harga yang lebih tinggi (Porter, 1985). Competitive advantage didefinisikan sebagai "kemampuan dari sebuah organisasi untuk membuat posisi pertahanan terhadap pesaing", ini terdiri dari kemampuan yang memungkinkan organisasi untuk membedakan dirinya dari para pesaingnya dan merupakan hasil dari keputusan penting manajemen (Li, et al, 2006). Menurut Hall (1993) competitive advantage adalah keberlangsungan atas atribut-atribut kunci sebuah produk dan durabilitas dari superioritas intangible assets atas apa yang dimiliki kompetitor. Wujud kompetisi adalah 7 menemukan keunggulan antar pesaing.

Oleh karena itu, penguatan kualitas keunggulan seharusnya juga diukur sejauh mana mereka bisa terus eksis dengan keunggulan kompetitif mereka dibanding pesaing (durabilitas). Penelitian ini menggunakan instrumen competitive advantage yang dikembangkan oleh Hall (1993) dengan tiga dimensi terdiri atas durabilitas (daya tahan lama), imitabilitas (tingkat kesulitan untuk ditiru), dan tingkat kemudahan untuk menyamai asset-aset strategis yang dimiliki oleh perusahaan.

yang lebih besar, baik harga yang lebih rendah atau dengan memberikan keuntungan lebih besar dan layanan yang membenarkan harga yang lebih tinggi. 2.2. Kajian Penelitian Terdahulu 2.2.1. Hubungan Trust, Knowledge Sharing dan Competitive Advantage Para ahli dan peneliti sebelumnya telah menempatkan kajian knowledge (sebagai variabel independen, dependen dan moderating), menjadi kajian yang merekomendasikan sangat penting di abad 21 dalam mengkonstruksi competitive advantage (keunggulan bersaing) sebagai bagian assesment instrument dari kinerja organisasi. Studi Alipour et al., (2010) menemukan knowledge sharing sebagai prediktor signifikan dalam mempengaruhi competitive advantage.

Rekomendasi praktis studi ini: 1. Dalam upaya meraih ability pada competitive advantage, perusahaan seharusnya mensinergiskan kemampuan menciptakan knowledge

dalam mengelola perusahaan. Perusahaan harus bisa mentoleransi kekeliruan individu, mengimplementasikan ide baru, penguatan kualitas individu agar bisa merealisasikan ide cerdas, menghargai dan menyambut anggota yang mau mengapresiasi knowledge dan memfasilitasi lingkungan kerja dalam rangka menguji opini dan ide anggota organisasi; 2.

Perusahaan menyediakan program kompensasi dalam akselerasi knowledge; 3. Menyelenggarakan training & development dalam mengembangkan kualitas knowledge. Penelitian Gruber (2000) dalam disertasinya telah menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara trust dengan knowledge sharing.. Selanjutnya Studi Hooff dan Weenan "Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing" pada tahun 2004 menunjukkan bahwa knowledge sharing berpengaruh signifikan terhadap inovasi, intellectual capital dan keunggulan kompetitif sebuah organisasi. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Waheed et al.,

(2013) dengan memposisikan work outcome dalam bentuk competitive advantage dan inovasi sebagai bagian variabel dependen & kinerja organisasi. Temuan studi menunjukkan bahwa terhadap dampak signifikan trust dengan kinerja organisasi, sementara knowledge sharing berperan signifikan sebagai variabel yang memediasi hubungan antara trust dengan keunggulan kompetitif. Studi Liao et al.,

(2007) membuktikan knowledge sharing memiliki pengaruh signifikan terhadap inovasi dan competitive advantage. Berikutnya, knowledge sharing berperan signifikan memediasi pada hubungan antara keseluruhan inovasi dengan competitive advantage sebuah organisasi. Gambar 2.1: Hubungan antara Trust, Knowledge Sharing dan competitive advantage Sumber: Gruber (2000); Liao et al., (2007); Alipour et al., (2010) & Waheed et al.,

(2013) H1: Knowledge sharing berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage  
H2: Trust berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage  
H3: Trust berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing  
H4: Knowledge sharing memediasi hubungan antara trust dan competitive advantage  
2.2.2. Hubungan Kepemimpinan, Knowledge Sharing dan Competitive Advantage  
Beberapa penelitian sebelumnya telah menunjukkan bagaimana peran kepemimpinan memiliki andil signifikan mengefektifkan kemajuan organisasi.

Mulligan (2001) dalam disertasinya "Knowledge – Sharing Leadership: Sharing of Knowledge in Relation to Leadership", menunjukkan bahwa terdapat dukungan korelasi antara praktek kepemimpinan dengan knowledge sharing. Selanjutnya Chen (2004) dalam studinya menunjukkan hasil : 1). Kepemimpinan transformasional dan perilaku

kepemimpinan reward kontigensi berpengaruh secara positif signifikan dengan knowledge sharing dalam setting strategi aliansi; 2).

Knowledge sharing (except external organization) dengan strategi aliansi organisasi menunjukkan hubungan Knowledge Sharing Trust Competitive Advantage 9 efektifitas marketing organisasi dalam setting aliansi strategik ; 3). Knowledge sharing secara parsial dimediasi kontribusi dari kepemimpinan transformasional, reward kontigensi, perilaku kepemimpinan laissez-faire pada efektifitas marketing organisasi dalam setting aliansi strategik.

Penelitian sebelumnya oleh Evans (2013) menunjukkan kepemimpinan organisasi dan budaya organisasi sebagai prediktor signifikan Tacit Knowledge Utilization (TKU) di dalam organisasi. Dalam disertasi Alejandro (2014) membuktikan bahwa: H1a: ada hubungan antara gaya kepemimpinan (transformasional, transaksional & laissez faire) dan businesses competitiveness; H2a: orientasi interpreneur dan inovasi; H3a: orientasi entrepreneur dan kompetitif. H4a: antara inovasi dan kompetitif.

H5a: antara gaya kepemimpinan (transformasional, transaksional dan laissez faire), orientation, kepercayaan diri, inovasi dan kompetitif atas ukuran organisasi atas size, struktur dan sektor industri. Gambar 2.2. Hubungan Kepemimpinan, Knowledge Sharing dan Competitive Advantage Sumber: Mulligan (2001); Chen (2004); Evans (2013); Alejandro (2014) H5: **Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing** H6: **Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage** H7: Knowledge sharing memediasi hubungan kepemimpinan dan competitive advantage \*\*  
10 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian Gambar 2.3. Kerangka Konseptual Penelitian  
2.4. Hipotesis Gambar 2.3

menunjukkan direct variable atas variabel trust, kepemimpinan, knowledge sharing terhadap competitive advantage, sementara indirect variable ditunjukkan atas peran mediasi dari knowledge sharing antara trust dan kepemimpinan terhadap competitive advantage. Berdasarkan gambar 2.3, hipotesis bisa diformulasikan untuk menguji hubungan antar variabel : H1: Knowledge sharing berpengaruh **signifikan terhadap competitive advantage** H2: Trust berpengaruh **signifikan terhadap competitive advantage** H3: Trust berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing H4: Knowledge sharing memediasi hubungan antara trust dan competitive advantage H5: **Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing** H6: **Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage** H7: Knowledge sharing memediasi hubungan kepemimpinan dan competitive advantage\*\* \*\* Temuan studi dalam alur indirect variable Trust Competitive Advantage Knowledge Sharing  
Kepemimpinan 11 BAB III METODE PENELITIAN 3.1

Rancangan Penelitian 1) Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh variabel yang satu terhadap yang lain (eksplanatori). 2) Tipe Hubungan antar variabel merupakan hubungan sebab akibat karena variabel dependen (Y2: Competitive Advantage) dipengaruhi variabel independen (X1:Trust, X2: Kepemimpinan Transformasional, Y1: Knowledge sharing) 3) Lingkungan (setting) Studi merupakan studi lapangan karena menguji hubungan korelasional antar variabel dengan kondisi lingkungan natural dan tingkat keterlibatan peneliti yang minimal 4) Unit Analisis: Unit data yang dianalisis adalah data yang berasal dari setiap individual sebagai pegawai tetap bank konvensional dan syariah terkait sikap dan perilaku.

5) Horison Waktu: karena menekankan frekuensi tahap pengumpulan data dengan instrumen survey berulang pada responden berbeda. Survey pada bank konvensional. 6) Pengukuran Konstruk: Variabel atau konstruk merupakan suatu konsep yang didasarkan pada teori dimana hubungan-hubungan tersebut diteliti : A. Konstruk Eksogen: (a) Trust, dan (b) Kepemimpinan Transformasional (c) Knowledge Sharing B. Konstruk Endogen: (a) Competitive Advantage Gambar 3.1.

Bagan Alur Metode Penelitian 12 3.2. Pengujian Fakta 3.2.1 Pemilihan Data Populasi penelitian ini adalah pegawai tetap pada: A. pada bank konvensional. Populasi tersebar di 30 Kantor Cabang dan Kantor Cabang pembantu Bank X Surabaya Tabel 3.1 Kantor Cabang (KC) dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) Bank X Surabaya No Kantor No Kantor 1 KC Basuki Rahmat 16 KCP Kapas Krampung 2 KC Genteng Kali 17 KCP Kapasan 3 KC Niaga 18 KCP Kedungdoro 4 KCP Bratang Binangun 19 KCP Kembang Jepun 5 KCP Citra Raya G- Walk 20 KCP Kenjeran 6 KCP Darmo Indah 21 KCP Kertajaya 7 KCP Darmo Park 22 KCP Klampis 8 KCP Darmo Permai 23 KCP Kupang Jaya 9 KCP Darmo Raya 24 KCP Kusuma Bangsa 10 KCP Diponegoro 25 KCP Margorejo 11 KCP Gubeng 26 KCP Menanggal 12 KCP Indragiri 27 KCP Mulyosari 13 KCP Indrapura 28 KCP Pahlawan 14 KCP Jembatan Merah 29 KCP Pakuwon 15 KCP Jemursari 30 KCP Pasar Atum Sumber: Diolah (2017) Berdasarkan jumlah populasi dalam studi ini, terdapat karakteristik/bagian kerja yang berbeda (heterogen) antara unit sampel (Manajer, Administrasi, Keuangan, Pemasaran, dan Teller/Kasir), maka studi ini menggunakan teknik pengambilan sampel proporsional secara acak (proportionate random sampling) 3.2.2

Pengumpulan Data Metode pengambilan data yang paling utama adalah survey dengan instrumen utama adalah kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden terpilih. 13 Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Instrumen Penelitian Variabel & Sumber Indikator Trust(X1) "Interpersonal Trust at Work" oleh: Cook dan Wall (1980) ? Percaya (X11) o Ketulusan (X111) o Keterlibatan (X112) o Kepedulian (X113) o Keputusan Rasional (X114) o Bantuan (X115) o Efisiensi (X116) ? Keyakinan (X12) o Keadilan (X121) o Janji (X122) o

Kemampuan (X123) o Kesesuaian (X124) o Keselamatan (X25) o Keuntungan (X26) Kepemimpinan Transformasional (X2) "Multifactor Leadership Questionnaire(MLQ 5X)" oleh Bass dan Avolio (2004) ? Karisma(X21) o Kesesuaian Pendapat (X211) o Nilai & Keyakinan (X212) o Perspektif berbeda (X213) o Optimis (X214) o Membangkitkan (X215) ? Pertimbangan Individu(X22) o Pemberdayaan(X221) o Kepentingan(X222) o Perlakuan(X223) ? Motivasi Inspirasi(X23) o Antusias(X231) o Tujuan besar(X232) o Keteladanan(X233) o Pertimbangan etis(X234) o Kepercayaan diri (X235) o Penghargaan (X236) ? Stimulasi Intelektual (X24) o Solusi alternatif(X241) o Pengembangan potensi (X242) o Metode baru(X243) o Kebersamaan(X244) o Optimis (X245) Knowledge Sharing (Y1) "Knowledge-Sharing Behavior", oleh: Cabrera and Cabrera (2005) ? Perilaku Penyedia (Y11) o Berbagi pengalaman (Y111) o Penawaran informasi (Y112) o Kepedulian rekan kerja (Y113) o Individualis (Y114) ? Pencarian Pengetahuan(Y12) o Penyaringan informasi(Y121) o Update informasi (Y122) o Keterlibatan berdialog (Y123) o Keterlibatan eksternal (Y124) Competitive Advantage(Y2) "Instrumen dikembangkan peneliti dari teori Hall (1994)" Durabilitas (Y21) o Tingkat prestasi (Y211) o Tingkat nasabah (Y212) Kesamaan Aset Strategik (Y22) o Tingkat kemudahan organisasi (Y221) o Tingka kemudahan pesaing (Y222) Imitabilitas (Y23) o Tingkat kesulitan peniruan (Y231) o Tingkat frekuensi peniruan (Y232) o Tingkat kemudahan peniruan (Y233) 14 Uji validitas (construct validity) didefinisikan sebagai ukuran seberapa kuat suatu alat tes melakukan fungsi ukurannya. Untuk menentukan suatu item valid atau tidak.

Maka diuji menggunakan analisa person correlation dan dilihat dari signifikan korelasi itemnya. Jika nilai signifikan < 0,05 berarti item dinyatakan valid. Uji reliabilitas (construct reliability) digunakan untuk menguji keajegan hasil pengukuran kuesioner yang erat hubungannya dengan masalah kepercayaan (Nazir 1999). Suatu taraf tes dikatakan mempunyai keandalan bila tes tersebut memberikan tes yang tepat (ajeg), untuk menentukan apakah suatu indikator/item reliabel/tidak, maka dilihat dari construct reliability, yaitu jika construct reliability nilainya lebih besar dari 0,7 berarti indikator/item dinyatakan reliabel. 3.2.3

Analisis Data 1) Statistik Deskriptif: Diorientasikan pada masing-masing variabel studi pada dengan memberikan pembobotan secara persentase terhadap masing-masing varabel yang diteliti dengan menggunakan tabel distribusi frekwensi yang bertujuan untuk memberikan deskripsi responden terhadap variabel penelitian. 2) Statistik Infrensial: Berdasarkan permasalahan, tujuan penelitian dan pengujian hipotesis, mengindikasikan adanya variabel yang saling berhubungan secara langsung (direct), digunakan analisis regresi model persamaan regresi linier berganda merupakan alat yang cocok untuk digunakan (Solimun, 2002) .

Adapun model tersebut adalah sebagai berikut:  $Y_2 = b_0 + b_1X_1 + b_1X_2 + b_1Y_1$

Keterangan : Y2 : Keunggulan Kompetitif X1 : Trust X2 : Kepemimpinan Transformatif  
Y1 : Knowledge Sharing Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur, digunakan untuk mengetahui hubungan kausal dan pengaruh antar variabel pada model persamaan, adapun model yang digunakan pada penelitian ini adalah model persamaan regresi linier berganda.

Untuk menghitung koefisien jalur digunakan metode analisa regresi dengan bantuan SPSS. 1 BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN 4.1 Karakteristik Responden. Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mengungkap identitas responden yang terjaring melalui koesoner, total koesoner yang disebarkan ke kantor cabang bank X surabaya yang menyediakan kredit agribisnis berjumlah 75 koesoner.

Karakteristik responden yang disajikan pada penelitian ini meliputi : usia dan pendidikan responden. 4.1.1 Usia Responden Usia sebenarnya memegang peranan penting dalam tingkat produktifitas karyawan itu sendiri. Hal ini dikarenakan semakin tua usia karyawan maka secara fisik akan semakin lemah dalam berkerja.

Akan tetapi disisi lain semakin tua usia karyawan maka relatif semakin banyak pula pengalamannya sehingga dapat mencapai produktifitas kerja yang optimal. Usia responden berdasarkan data yang diperoleh dari koesoner dikelompokkan dalam empat kelompok. Adapun struktur usia responden dapat dilihat secara rinci pada tabel berikut: Tabel 4.1

Komposisi Usia Responden

Nomor	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	20 – 30	35	47 %
2	30 – 40	20	27 %
3	40 – 50	12	16 %
4	> 50	8	10 %
Total		75	100 %

Sumber: data primer diolah (2018) Tabel 4.1 menunjukkan bahwa usia karyawan pada kantor cabang bank X surabaya terbanyak tergolong pada usia muda antara 20 – 30 tahun sebanyak 47% dan yang paling rendah adalah karyawan dengan usia > 50 – 60 tahun.

Jika dilihat dari sisi usia bahwa karyawan terbanyak adalah 20 – 30 tahun maka karyawan pada bank X Surabaya secara fisik sangat sehat dan memungkinkan dapat mengembangkan produktifitas pada bank X. Karena kesempatan belajar masih panjang. 1 4.1.2. Pendidikan Responden Pendidikan mempunyai peranan penting terhadap kemampuan karyawan dalam meningkatkan pencapaian keuntungan pada bank.

Oleh karena itu pendidikan yang memadai akan memberikan pengetahuan dan pengalaman yang cukup dalam meningkatkan keuntungan pada bank X. Berdasarkan koesoner yang digunakan dalam penelitian ini, pendidikan formal yang telah dijalani. Yaitu SD, SMP, SMA, diploma, Sarjana S1, Sarjana S2 dan S3. Adapaun struktur pendidikan responden dapat dilihat secara rinci pada tabel berikut: Tabel 4.2



Komposisi Pendidikan Responden Nomor Pendidikan Jumlah Persentase (%) 1 2 3 4 5 6  
 SD SMP SMA Diploma Sarjana S1 Sarjana S2 dan S3 0 0 0 32 43 0 0 0 43% 57% 0 75  
 100 Sumber: data primer diolah (2018) Tabel 4.2 menunjukkan bahwa pendidikan  
 responden terbanyak berpendidikan Sarjana S1 yaitu sebanyak 57%. Dilihat dari sisi  
 pendidikan, karyawan bank dinilai sangat baik.

Karena dengan komposisi tersebut karyawan mempunyai bekal pengetahuan dan pengalaman yang cukup untuk meningkat keuntungan pada bank X. 4.2. Uji validitas Uji validitas ( Construct validity) didefinisikan sebagai ukuran seberapa kuat suatu alat tes melakukan fungsi ukurannya. Apabila validitas yang didapatkan semakin tinggi, maka tes tersebut akan semakin kuat dan semakin menunjukkan apa yang sebenarnya ditunjukkan.

Untuk menentukan suatu item valid atau tidak. Maka diuji menggunakan analisa person correlation dan dilihat dari signifikan korelasi itemnya. Jika nilai signifikan < 0,05 berarti item dinyatakan valid. Indikator yang diuji validitasnya pada sub bab ini meliputi indikator variabel trust (X1), kepemimpinan transformasional (X2), knowledge sharing (Y1), 1 dan competitive advantage (Y2). Secara ringkas hasil uji validitas masing-masing indikator variabel dapat dilihat sebagai berikut. 1.

Uji validitas indikator per-item variabel trust (X1) Indikator variabel X1 pada penelitian ini adalah percaya (X11) dan keyakinan (X12). Masing – masing indikator mempunyai beberapa item yang akan diuji validitasnya menggunakan analisa person correlation. Adapun hasil uji validitas dirangkum pada tabel 4.3 dan 4.4. Sumber : data primer diolah (2018) Pada tabel 4.3

menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator X11 dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai yang terbesar pada korelasi X111 ? X116 dengan nilai signifikannya 0,047. Sehingga dapat dianalisis pada tahap berikutnya. Korelasi antar item indikator X11 Koefisien Korelasi Signifikan X111 ? X112 0,384 0,001 X111 ? X113 0,261 0,024 X111 ? X114 0,206 0,033 X111 ? X115 0,178 0,045 X111 ? X116 0,177 0,047 X112 ? X113 0,442 0,000 X112 ? X114 0,381 0,001 X112 ? X115 0,229 0,042 X112 ? X116 0,178 0,045 X113 ? X114 0,311 0,007 X113 ? X115 0,194 0,035 X113 ? X116 0,206 0,033 X114 ? X115 0,370 0,001 X114 ? X116 0,255 0,032 X115 ? X116 0,349 0,002 Tabel 4.3

Korelasi Antar Item Pada Indikator X11 Variabel X1 1 Korelasi antar item indikator X12 Koefisien Korelasi Signifikan X121 ? X122 0,518 0,000 X121 ? X123 0,495 0,001 X121 ? X124 0,364 0,013 X121 ? X125 0,251 0,026 X121 ? X126 0,324 0,021 X122 ? X123 0,388

0,001 X122 ? X124 0,243 0,036 X122 ? X125 0,275 0,024 X122 ? X126 0,238 0,032 X123 ? X124 0,330 0,004 X123 ? X125 0,321 0,006 X123 ? X126 0,229 0,038 X124 ? X125 0,323 0,005 X124 ? X126 0,213 0,041 X125 ? X126 0,254 0,028 Sumber: data primer diolah (2018) Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator X12 dinyatakan valid.

Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai yang terbesar pada korelasi X124 ? X126 dengan nilai signifikannya 0,041. dan nilai yang terkecil pada korelasi X121 ? X122 dengan nilai 0,000 yang menyatakan sangat valid karena lebih kecil 0,01. Sehingga dapat dianalisis pada tahap berikutnya. 2.

Uji validitas indikator per-item variabel kepemimpinan transformasional (X2) Indikator variabel X2 pada penelitian ini adalah karisma (X21), pertimbangan individu (X22), motivasi inspirasi (X23), dan stimulasi intelektual (X24). Masing – masing indikator mempunyai beberapa item yang akan diuji validitasnya menggunakan analisa person correlation.

Adapun hasil uji validitas dirangkum pada tabel 4.5, 4.6, 4.7 dan 4.8. Tabel 4.4 Korelasi Antar Item Pada Indikator X12 Variabel X1 1 Korelasi antar Item – item indikator X21 Koefisien Korelasi Signifikan X211 ? X212 0,505 0,000 X211 ? X213 0,267 0,020 X211 ? X214 0,226 0,023 X211 ? X215 0,283 0,019 X212 ? X211 0,505 0,000 X212 ? X213 0,307 0,007 X212 ? X214 0,223 0,027 X212 ? X215 0,235 0,022 X213 ? X214 0,285 0,013 X213 ? X215 0,267 0,020 X214 ? X215 0,551 0,000 Sumber : data primer diolah (2018) Pada tabel 4.5

menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator X21 dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai yang terbesar pada korelasi X212 ? X214 dengan nilai signifikannya 0,027. Sehingga dapat dianalisis pada tahap berikutnya. Korelasi antar item indikator X22 Koefisien Korelasi Signifikan X221 ? X222 0,321 0,005 X221 ? X223 0,255 0,019 X222 ? X223 0,300 0,009 Sumber: data primer diolah (2018) Pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator X22 dinyatakan valid.

Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai yang terbesar pada korelasi X221 ? X223 dengan nilai signifikannya 0,019. dan nilai yang terkecil pada korelasi X221 ? X222 dengan nilai 0,005 yang menyatakan sangat valid karena lebih kecil 0,01. Sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis pada tahap berikutnya. Tabel 4.5 Korelasi Antar Item Pada Indikator X21 Variabel X2 Tabel 4.6

Korelasi Antar Item Pada Indikator X22 Variabel X2 2 Korelasi antar item indikator X23

Koefisien Korelasi Signifikan X231 ? X232 0,428 0,005 X231 ? X233 0,338 0,009 X231 ? X234 0,289 0,023 X231 ? X235 0,252 0,028 X231 ? X236 0,273 0,025 X232 ? X233 0,250 0,030 X232 ? X234 0,333 0,009 X232 ? X235 0,235 0,037 X232 ? X236 0,198 0,045 X233 ? X234 0,333 0,003 X233 ? X235 0,235 0,037 X233 ? X236 0,359 0,003 X234 ? X235 0,427 0,000 X234 ? X236 0,250 0,030 X235 ? X236 0,355 0,005 **Sumber: data primer diolah** (2018) Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator X23 dinyatakan valid.

Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai yang terbesar pada korelasi X232 ? X236 dengan nilai signifikannya 0,045. Sehingga dapat dianalisis pada tahap berikutnya. Korelasi antar item indikator X24 Koefisien Korelasi Signifikan X241 ? X242 0,361 0,001 X241 ? X243 0,257 0,025 X241 ? X244 0,320 0,005 X241 ? X245 0,284 0,013 X242 ? X243 0,272 0,018 X242 ? X244 0,257 0,025 X242 ? X245 0,268 0,020 X243 ? X244 0,243 0,036 X243 ? X245 0,258 0,024 X244 ? X245 0,257 0,025 **Sumber : data primer diolah** (2018) Tabel 4.7 Korelasi Antar Item Pada Indikator X23 Variabel X2 Tabel 4.8 Korelasi Antar Item Pada Indikator X24 Variabel X2 2 Pada tabel 4.8

menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator X24 dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai yang terbesar pada korelasi X243 ? X244 dengan nilai signifikannya 0,036. dan nilai yang terkecil pada korelasi X241 ? X242 dengan nilai 0,001 yang menyatakan sangat valid karena lebih kecil 0,01.

Sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis pada tahap berikutnya. 3. Uji validitas indikator per-item variabel knowledge sharing (Y1) Indikator variabel Y1 **pada penelitian ini adalah** perilaku penyedia (Y11) dan pencarian pengetahuan (Y12). Masing – masing indikator mempunyai beberapa item **yang akan diuji validitasnya** menggunakan analisa person correlation.

Adapun hasil uji validitas dirangkum pada tabel 4.9 dan 4.10. Korelasi antar item indikator Y11 Koefisien Korelasi Signifikan Y111 ? Y112 0,387 0,001 Y111 ? Y113 0,288 0,015 Y111 ? Y114 0,243 0,022 Y112 ? Y113 0,467 0,001 Y112 ? Y114 0,311 0,011 Y113 ? Y114 0,435 0,001 **Sumber: data primer diolah** (2018) Pada tabel 4.9

menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator Y11 dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai yang terbesar pada korelasi Y111 ? Y114 dengan nilai signifikannya 0,022. Sehingga dapat dianalisis pada tahap berikutnya. Tabel 4.9 Korelasi Antar Item Pada Indikator Y11 Variabel Y1 2 Korelasi antar item indikator Y12 Koefisien Korelasi Signifikan Y121 ? Y122

0,264 0,026 Y121 ? Y123 0,232 0,032 Y121 ? Y124 0,435 0,000 Y122 ? Y123 0,254 0,028  
Y122 ? Y124 0,221 0,035 Y123 ? Y124 0,429 0,000 Sumber: data primer diolah (2018)  
Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator Y12  
dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih  
besar 0,05.

dan nilai yang terbesar pada korelasi Y122 ? Y124 dengan nilai signifikannya 0,035. dan  
nilai yang terkecil pada korelasi Y123 ? X124 dengan nilai 0,000 yang menyatakan  
sangat valid karena lebih kecil 0,01. Sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis pada  
tahap berikutnya. 4.

Uji validitas indikator per-item variabel competitive advantage (Y2) Indikator variabel Y2  
pada penelitian ini adalah durabilitas (Y21), kesamaan aset strategic (Y22) dan  
imitabilitas (Y23). Masing – masing indikator mempunyai beberapa item yang akan diuji  
validitasnya menggunakan analisa person correlation. Adapun hasil uji validitas  
dirangkum pada tabel 4.11, 4.12 dan 4.13.

Korelasi antar item indikator Y21 Koefisien Korelasi Signifikan Y211 ? Y212 0,461 0,001  
Sumber: data primer diolah (2018) Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa korelasi antar  
item yang ada pada indikator Y21 dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan karena tidak  
adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan pada korelasi Y111 ? Y114 mempunyai  
nilai signifikannya 0,001. Sehingga dapat dianalisis pada tahap berikutnya. Tabel 4.10  
Korelasi Antar Item Pada Indikator Y12 Variabel Y1 Tabel 4.11 Korelasi Antar Item Pada  
Indikator Y21 Variabel Y2 2 Korelasi antar Item – item indikator Y22 Koefisien Korelasi  
Signifikan Y221 ? Y222 0,235 0,042 Sumber: data primer diolah Pada tabel 4.12  
menunjukkan bahwa korelasi antar item yang ada pada indikator Y12 dinyatakan valid.

Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai  
pada korelasi Y221 ? Y222 dengan nilai signifikannya 0,042. Sehingga data yang  
diperoleh dapat dianalisis pada tahap berikutnya. Korelasi antar item indikator Y23  
Koefisien Korelasi Signifikan Y231 ? Y232 0,232 0,045 Y231 ? Y233 0,238 0,043 Y232 ?  
Y233 0,275 0,038 Sumber: data primer diolah (2018) Pada tabel 4.13 menunjukkan  
bahwa korelasi antar item-item yang ada pada indikator Y23 dinyatakan valid.

Hal ini ditunjukkan karena tidak adanya nilai signifikan yang lebih besar 0,05. dan nilai  
yang terbesar pada korelasi Y231 ? Y232 dengan nilai signifikannya 0,045. dan nilai yang  
terkecil pada korelasi Y232 ? X233 dengan nilai 0,038. Sehingga data yang diperoleh  
dapat dianalisis pada tahap berikutnya. 4.3. Uji reliabilitas Uji reliabilitas (construct  
reliability) digunakan untuk menguji keajegan hasil pengukuran koesioner yang erat  
hubungannya dengan masalah kepercayaan (Nazir 1999).

Suatu taraf tes dikatakan mempunyai keandalan bila tes tersebut memberikan tes yang tepat (ajeg), untuk menentukan apakah suatu indikator reliable atau tidak, maka diuji dengan analisa cronbach's alpha yaitu jika signifikannya nilainya lebih besar dari 0,5 berarti indikator dinyatakan reliabel. Hasil uji reliability pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini: Tabel 4.12 Korelasi Antar Item Pada Indikator Y22 Variabel Y2 Tabel 4.13 Korelasi Antar Item Pada Indikator Y23 Variabel Y2 2 Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Variabel Signifikan keterangan Trust (X1) Kepemimpinan Transformasional (X2) Knowledge Sharing (Y1) Competitive Advantage (Y2) 0,670 reliabel Sumber: data primer diolah (2018) Tabel 4.14 menunjukkan bahwa hasil pengujian cronbach's alpha pada empat variabel yang digunakan pada penelitian ini lebih besar dari 0,5 (hasil selengkapnya pada lampiran).

Hal ini berarti variabel-variabel tersebut reliabel dengan demikian dapat digunakan dalam tahap analisis berikutnya. 4.4. Deskriptif Variabel Penelitian Hasil analisis deskriptif variabel berupa presentase dari masing-masing indikator untuk setiap variabel disajikan pada lampiran. Variabel yang akan dideskripsikan pada sub bab ini meliputi variabel trust (X1), kepemimpinan transformasional (X2), knowledge sharing (Y1), dan competitive advantage (Y2). Secara ringkas hasil analisis deskriptif masing-masing variabel dapat dilihat sebagai berikut. 1. Diskripsi Variabel Trust (X1).

Variabel Trust dalam penelitian ini menggunakan dua indikator yaitu: Percaya (X11) dan Keyakinan (X12), adapun Hasil jawaban responden dari item-item indikator yang dituangkan dalam kuisisioner telah dirangkum dalam table 4.15. Sebagai berikut: 2 Tabel 4.15 Deskripsi Variabel Trust (X1) Skor X11 X12 1 2 3 4 5 0 0 81 112 100 0 0 72 160 55 Mean Indikator 3,9 3,82 Mean Variabel 3,86 Sumber: data primer diolah (2018) Tabel 4.15 Menunjukkan bahwa variabel trust (X1) dipersepsi baik oleh responden. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai rata-rata skor 3,86 mendekati skor 4 (setuju).

Indikator yang dipersepsi paling baik adalah percaya (X11) dengan skor 3,9. Pada indikator ini sebagian responden merespon setuju sebanyak 37%. Sedangkan skor pada indikator keyakinan (X12) yaitu 3,82. Namun sebagian besar jawaban responden yang merespon setuju sebanyak 53%. 2. Deskripsi Variabel Kepemimpinan Transformasional (X2) Variabel Kepemimpinan Transformasional dalam penelitian ini menggunakan empat indikator yaitu: Karisma (X21), Pertimbangan Individu (X22), Motivasi Inspirasi (X23), dan Stimulasi Intelektual (X24).

Adapun hasil jawaban responden dari item-item indikator yang diluahkan dalam kuisisioner telah dirangkum dalam tabel 4.16. Sebagai berikut. 2 Tabel 4.16 Deskripsi Variabel Kepemimpinan Transformasional (X2) Skor X21 X22 X23 X24 1 2 3 4 5 0 0 51

148 105 0 0 75 136 80 0 0 75 150 75 0 0 84 116 90 Mean Indikator 4,05 3,88 4 3,86  
Mean Variabel 3,94 Sumber: data primer diolah 2018 Tabel 4.16 Menunjukkan bahwa variabel kepemimpinan transformasional (X2) dipersepsi baik oleh responden, hal ini ditunjukkan bahwa nilai rata-rata skor 3,94 mendekati skor 4 (setuju). Indikator yang dipersepsi paling baik adalah karisma (X21) dengan skor 4,05, pada indikator ini sebagian responden merespon setuju sebanyak 49%.

Sedangkan indikator yang dipersepsi paling rendah adalah stimulasi intelektual (X24) dengan skor 3,86, dengan sebagian responden merespon setuju sebanyak 38%. selanjutnya berturut-turut dimulai dari skor tertinggi setelah indikator karisma (X21) adalah motivasi inspirasi (X23), pertimbangan individu (X22), dan stimulasi intelektual (X24). 3. Deskripsi Variabel Knowledge Sharing (Y1).

Variabel Knowledge Sharing dalam penelitian ini menggunakan dua indikator yaitu: perilaku penyedia (Y11) dan pencarian pengetahuan (Y12). Adapun hasil jawaban responden dari item-item indikator yang diluahkan dalam kuisisioner telah dirangkum dalam tabel 4.17. Sebagai berikut : 2 Tabel 4.17 Deskripsi Variabel Knowledge Sharing (Y1) Skor Y11 Y12 1 2 3 4 5 0 0 57 140 105 0 0 72 100 130 Mean Indikator 4,02 4,02 Mean Variabel 4,02 Sumber : data primer diolah 2018 Tabel 4.17 Menunjukkan bahwa variabel knowledge sharing (Y1) dipersepsi baik oleh responden, hal ini ditunjukkan bahwa nilai rata-rata skor adalah 4,02 (setuju).

Kedua indikator yaitu perilaku penyedia (Y11) dan Pencarian pengetahuan (Y12) mempunyai persepsi rata-rata skor yang sama yaitu 4,02. 4. Deskripsi Variabel Competitive Advantage (Y2). Variabel Competitive Advantage dalam penelitian ini menggunakan tiga indikator yaitu: Durabilitas (Y21), kesamaan aset strategic (Y22), imitabilitas (Y23).

Adapun hasil jawaban responden dan item-item indikator yang diluahkan dalam kuisisioner telah dirangkum dalam tabel 4.18 Sebagai berikut Tabel 4.18 Deskripsi Variabel Competitive Advantage (Y2) Skor Y21 Y22 Y23 1 2 3 4 5 0 0 75 100 125 0 0 63 132 105 0 0 60 144 95 Mean Indikator 4 4 3,98 Mean Variabel 3,99 Sumber : data primer diolah 2018 2 Tabel 4.18 Menunjukkan bahwa variabel competitive advantage (Y1) dipersepsi baik oleh responden, hal ini ditunjukkan bahwa nilai rata-rata skor 3,99 mendekati skor 4 (setuju).

Pada variabel competitive advantage (Y1) mempunyai dua indikator yang mempunyai nilai rata-rata yang sama yaitu 4 pada indikator durabilitas (Y21) dan kesamaan aset strategic (Y22). Pada dua indikator ini sebagian besar responden merespon setuju sebanyak 33% untuk indikator durabilitas (Y21) dan 44% untuk indikator kesamaan aset

strategic (Y22) Sedangkan indikator yang dipersepsi paling rendah adalah imitabilitas (Y21) dengan skor 3,98. Namun sebagian besar jawaban responden yang setuju sebanyak 48%. 4.5.

Persepsi Responden Terhadap Variabel Penelitian Pembahasan persepsi responden dalam penelitian ini didasarkan atas hasil analisa statistik deskriptif yaitu distribusi frekuensi dari hasil tabulasi skor jawaban responden. Adapun dasar interpretasi skor dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.19. Tabel 4.19 Dasar Interpretasi Skor Variabel Penelitian No. Presentase Skor Keterangan 1.  $0 < NS = 1$  Daerah sangat negative (sangat tidak baik) 2.

1 < NS = 2 Daerah negative (tidak baik) 3.  $2 < NS = 3$  Daerah tengah-tengah (sedang) 4.  $3 < NS = 4$  Daerah positif (baik) 5.  $4 < NS = 5$  Daerah sangat positif (sangat baik) Sumber : Arikunto (2006) 4.5.1 Persepsi terhadap variabel trust Penggunaan variabel trust dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Ardichivili et al (2003) sedangkan pada indikator penelitian ini sesuai dengan penelitian Cook and Wall (1980). Persepsi responden terhadap variabel trust dapat dilihat dari hasil analisis distribusi frekuensi.

Derajat persepsi yang paling rendah pada indikator keyakinan dengan rata-rata skor yaitu 3,82. Namun demikian indikator ini dipersepsi baik oleh responden. Tabel 4.15 menunjukkan bahwa 52% indikator keyakinan direspon baik oleh 2 responden. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik keyakinan antara sesame rekan kerja maka akan berpengaruh baik terhadap competitive advantage pada bank.

Hasil analisis diskriptif dalam variabel trust menunjukkan bahwa kepercayaan merupakan indikator yang dipersepsi paling baik oleh responden dengan nilai rata-rata skor 3,9. Namun pada indikator ini responden yang merespon baik atau setuju sebesar 37%. Hal ini mengindikasikan bahwa kurangnya kepercayaan akan sesame kerja sehingga akan menimbulkan kompetisi antara karyawan hal ini dapat berdampak tidak baik terhadap competitive advantage pada bank.

Oleh karena itu hal ini perlu diperhatikan oleh pihak bank sehingga bank dapat memberikan pembinaan bahwa bermitra lebih baik daripada harus berkompetisi antara karyawan. 4.5.2. Persepsi terhadap Variabel Kepemimpinan Transformasional Konsep kepemimpinan transformasional dalam penelitian ini didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Bass (1985). Begitu juga indikator yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada teori Bass (1985).

Persepsi responden terhadap variabel dapat dilihat dari hasil analisa distribusi frekuensi.

Untuk variabel kepemimpinan transformasional, derajat persepsi yang paling rendah pada indikator stimulasi intelektual dengan rata-rata skor 3,86. Namun demikian indikator ini dipersepsi baik oleh responden.

Dengan sebagian responden merespon setuju sebanyak 38% namun yang merespon netral atau sedang sebanyak 37%. Hal ini mengindikasikan bahwa bank kurang memperhatikan seorang pemimpin sehingga pemimpin kesulitan untuk mengembangkan kreativitasnya dalam memecahkan sebuah masalah, hal ini dapat berdampak tidak baik terhadap competitive advantage pada bank.

Indikator pertimbangan individu mempunyai nilai skor rata-rata 3,88 lebih baik dari indikator stimulasi intelektual, dengan rata-rata skor 3,88 indikator ini direspon baik oleh responden. Responden yang merespon netral atau sedang sebanyak 33%. Kondisi ini harus mendapat perhatian oleh bank terutama pada perlakuan seorang pemimpin terhadap anggotanya.

Oleh karena itu bank perlu membekali seorang pemimpin dengan pengetahuan yang seluas-luasnya sehingga seorang pemimpin dapat mudah berinteraksi dan memberikan contoh kepada bawahan sehingga dapat meningkatkan competitive advantage pada bank. 3 Indikator variabel kepemimpinan transformasional yang dipersepsi lebih baik dari indikator pertimbangan individu dalam penelitian ini adalah motivasi inspirasi dengan nilai skor 4.

Dengan demikian nilai skor ini tergolong baik, namun pada indikator ini masih terdapat responden yang memberikan respon netral atau sedang sebanyak 33%. Hal ini merupakan kelemahan bank. karena kurang memperhatikan motivasi kerja seorang pemimpin. Padahal motivasi kerja sangat mendukung kerja seorang pemimpin, jika seorang pemimpin mempunyai motivasi yang sangat tinggi maka kerjanya juga semakin baik dan hal ini dapat berpengaruh baik terhadap competitive advantage pada bank.

Indikator yang dipersepsi paling baik oleh responden dalam penelitian ini adalah karisma dengan nilai rata-rata nilai skor pada indikator ini adalah 4,05, yang merespon setuju atau baik sebesar 49%, dengan demikian karisma seorang pemimpin secara empiris mempunyai peranan penting dalam meningkatkan competitive advantage pada bank. Indikator variabel kepemimpinan transformasional secara keseluruhan dipersepsi baik oleh responden.

Hal ini ditunjukkan bahwa nilai rata-rata skor berada pada kisaran  $3 < NS = 4$ . Walaupun dari semua indikator pada variabel ini masih terdapat responden yang merespon sedang. 4.5.3. Persepsi terhadap Variabel Knowledge Sharing Variabel Knowledge



sharing dalam kaitannya dengan competitive advantage mengacu pada teori yang dikemukakan oleh De and Fahey (2000). sedangkan pada indikator penelitian ini sesuai dengan penelitian Cabrera and Cabrera (2005).

Derajat persepsi responden pada variabel ini mempunyai persepsi yang sama pada indikatornya yang sama-sama dipersepsi sangat baik oleh responden dengan rata-rata nilai skor 4,02. Walau kedua indikator dipersepsi sangat baik oleh responden masih ada responden yang merespon sedang, pada indikator perilaku penyedia (Y11) responden yang merespon sedang sebanyak 25,3%, kondisi ini harus mendapat perhatian oleh bank terutama pada rasa kepedulian pada rekan kerja dalam hal menstransfer ilmu pengetahuan.

Oleh karena itu bank perlu melakukan pembinaan pada semua karyawan agar ada rasa peduli untuk mengajari atau bertukar ilmu pengetahuan kepada sesama rekan sehingga hal ini dapat meningkatkan competitive advantage pada bank. 3 Indikator Pencarian pengetahuan (Y12) responden yang merespon sedang pada indikator ini sebanyak 32%. Hal ini merupakan kelemahan bank.

karena kurangnya mencari ilmu pengetahuan yang baru sehingga bank dapat ketinggal update informasi dan dapat menyebabkan menurunnya competitive advantage pada bank, oleh karena itu sebaiknya bank bergerak cepat dalam mengupdate informasi serta menyaring informasi tersebut sehingga dapat meningkat competitive advantage pada bank. Indikator variabel knowledge sharing secara keseluruhan dipersepsi sangat baik oleh responden.

Hal ini ditunjukkan bahwa nilai rata-rata skor berada pada kisaran  $4 < NS = 5$ . Walaupun dari kedua indikator pada variabel ini masih terdapat responden yang merespon sedang. 4.5.4. Persepsi terhadap Variabel Competitive Advantage Penggunaan variabel pada penelitian ini didasarkan pada teori porter (1985).

Yang menyatakan Competitive advantage adalah keuntungan lebih daripada pesaing yang diperoleh dengan menawarkan nilai konsumen yang lebih besar, baik harga yang lebih rendah atau dengan memberikan keuntungan lebih besar dan layanan yang membenarkan harga yang lebih tinggi. sedangkan pada indikator penelitian ini sesuai dengan Hall (1993).

Hasil analisa distribusi menunjukkan bahwa indikator yang paling rendah dipersepsi oleh responden adalah indikator imitabilitas dengan nilai rata-rata skor yaitu 3,98. Berdasarkan akunto (2006) dikatakan baik karena berada pada kisaran  $3 < NS = 4$ . Namun pada indikator ini masih terdapat kelemahan karena 26,6% responden

merespon sedang.

Dengan demikian bank belum memperhatikan tingkat kesulitan peniruan strategi yang akan diterapkan pada bank. padahal dengan menggunakan strategi baru yang sulit untuk ditiru oleh para pesaingnya akan memberikan ciri khas bank tersebut dan hal inilah yang akan meningkatkan competitive advantage pada bank.

Indikator yang dipersepsi lebih baik oleh responden dibanding indikator imitabilitas adalah indikator Durabilitas dan indikator kesamaan aset strategi karena kedua indikator ini mempunyai nilai rata-rata skor yang sama yaitu 4. Walaupun kedua indikator ini dipersepsi baik. kedua indikator ini masih mempunyai kelemahan karena masih terdapat responden yang memberikan persepsi netral atau sedang.

Untuk indikator durabilitas responden yang memberikan persepsi sedang sebanyak 32% dengan 3 demikian durabilitas atau daya tahan tingkat presatasi dan jumlah nasabah bank dapat menurun oleh sebab itu hal ini harus dapat perhatian lebih oleh pihak karena dengan menurunnya prestasi dan jumlah nasabah dapat menurunkan competitive advantage maka bank seharusnya melakukan strategi-strategi baru sehingga tingkat prestasi dan jumlah nasabah setiap tahunnya dapat meningkat sehingga competitive advantage pada bank juga meningkat. Indikator kesamaan aset strategic responden yang merespon sedang pada indikator ini sebanyak 33%.

Hal ini perlu dapat perhatian lebih oleh pihak bank terutama pada tingkat kemudahan pesaingnya. Karena semakin sulitnya menyamai asset dan layanan pesaingnya maka bank tersebut akan tertinggal oleh bank-bank lain. dan hal ini dapat menurunkan competitive advantage pada bank.

oleh sebab itu sebaiknya bank melakukan pembenahan asset serta layanan yang akan diterapkan kepada customer sehingga tidak tertinggal oleh bank lain dan hal tersebut dapat meningkatkan competitive advantage pada bank. Indikator variabel competitive advantage secara keseluruhan dipersepsi baik oleh responden. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai rata-rata skor berada pada kisaran  $3 < NS = 4$ .

Walaupun dari semua indikator pada variabel ini masih terdapat responden yang merespon sedang. 4.6. Hasil Pengujian Asumsi Klasik Terdapat beberapa pengujian asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu uji normalitas dan uji heterosketastisitas. 4.6.1. Uji Normalitas Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pangganggu atau residu berdistribusi normal.

asumsi normalitas dalam penelitian ini menggunakan analisa Kolmogorov-smirnov diuji

dengan bantuan software spss. Jika hasil one sample Kolmogorov-smirnov pada asymptotic signifikan diatas tingkat signifikansi 0,05 maka menunjukkan pola distribusi normal. adapun hasil pengujian dirangkum pada tabel 4.20. 3 Tabel 4.20 Hasil Pengujian Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Variabel Test Statistic Asymp.signifikan Trust (X1) 0,205 0,564 Kepemimpinan Transformasional (X2) 0,199 0,645 Knowledge Sharing (Y1) 0,234 0,655 Competitive Advantage (Y2) 0,229 0,575 Sumber: data primer diolah (2018) Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan pola distribusi normal dikarenakan nilai signifikan semua variabel pada penelitian ini tingkat signifikansi diatas 0,05, pada variabel trust (X1) mempunyai nilai signifikan 0,564, variabel kepemimpinan transformasional (X2) mempunyai nilai signifikan 0,645.

variabel knowledge sharing (Y1) mempunyai nilai signifikan 0,655, dan pada variabel Competitive advantage (Y2) mempunyai nilai signifikan 0,575. 4.6.2. Uji heterosketastisitas. Uji heterosketastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi dari ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterosketastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterosketastisitas. Uji heterosketastisitas pada penelitian ini menggunakan analisa spearman's rho dan diuji menggunakan bantuan spss. pada analisa spearman's rho jika tingkat signifikan diatas 0,05 maka variabel dinyatakan homosketastisitas. adapun hasil pengujian dirangkum pada tabel 4.21.

Tabel 4.21 Hasil Pengujian Uji Heterosketastisitas Spearman's Rho Variabel Koefisien signifikan Trust (X1) 0,073 0,531 Kepemimpinan Transformasional (X2) -0,002 0,988 Knowledge Sharing (Y1) -0,073 0,533 Competitive Advantage (Y2) 0,650 1,000 Pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan homoskedastisitas dikarenakan nilai signifikan semua variabel pada 3 penelitian ini tingkat signifikansi diatas 0,05, pada variabel trust (X1) mempunyai nilai signifikan 0,531, variabel kepemimpinan transformasional (X2) mempunyai nilai signifikan 0,988.

variabel knowledge sharing (Y1) mempunyai nilai signifikan 0,533, dan pada variabel Competitive advantage (Y2) mempunyai nilai signifikan 1,000. 4.6.3. Uji Autokolerasi Uji autokolerasi bertujuan menguji apakah model regresi linier ada kolerasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu t-1 (sebelumnya).

Data yang digunakan kemungkinan akan terjadi autokolerasi karena hal ini sering ditemukan pada runtun waktu (time series) karena "gangguan" pada individu atau kelompok cenderung mempengaruhi "gangguan" pada individu atau kelompok yang

sama pada periode berikutnya. Uji autokolerasi pada penelitian ini menggunakan analisa Durbin – Watson (DW) dan diuji menggunakan bantuan spss. adapun hasil pengujian dirangkum pada tabel 4.22 Tabel 4.22.

Hasil Pengujian Uji Autokolerasi Durbin – Watson (DW) Persamaan dw Du Di 4-du 4-dl  
Keterangan  $y_2 = 3,726 + 0,137y_1$  1,719 1,65 1,60 2,35 2,40 Bebas autokolerasi  $y_2 = 4,281 + 0,194x_1$  1,703 1,65 1,60 2,35 2,40 Bebas autokolerasi  $y_1 = 3,557 + 0,121x_1$  2,169 1,65 1,60 2,35 2,40 Bebas autokolerasi  $y_1 = 5,505 + 0,244x_2$  2,087 1,65 1,60 2,35 2,40 Bebas autokolerasi  $y_2 = 4,449 + 0,116x_2$  1,744 1,65 1,60 2,35 2,40 Bebas autokolerasi  $y_2 = 4,026 + 0,183x_1 + 0,152y_1$  1,710 1,68 1,57 2,32 2,43 Bebas autokolerasi  $y_2 = 4,119 + 0,193x_2 + 0,160y_1$  1,746 1,68 1,57 2,32 2,43 Bebas autokolerasi Sumber: Data primer diolah (2018) 3 Dengan kriteria pengujian dirangkum pada gambar 4.4.

Autokolerasi Positif Ragu-ragu Bebas Autokolerasi Ragu-ragu Autokolerasi Negatif Dw dl du 4-du 4-dl 1,65 (k=1) 1,60(k=1) 2,35 (k=1) 2,40 (k=1) 1,68 (k=2) 1,57(k=2) 2,32 (k=2) 2,32 (k=2) Gambar 4.4 Pengujian Uji Autokolerasi Durbin – Watson (DW) Pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa pada semua persamaan mempunyai nilai dw yang berada pada kategori bebas autokolerasi dengan menggunakan kriteria pengujian pada gambar 4.4.

Karena hasil dari pengujian durbin-watson menunjukkan bahwa semua persamaan bebas autokolerasi dengan demikian maka semua persamaan dapat digunakan dalam tahap analisis berikutnya. 4.6.4. Uji Multikolonieritas Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini menggunakan pengujian tolerance dan VIF.

Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ . Adapun hasil uji multikolonieritas dirangkum pada tabel 4.23. Tabel 4.23 Hasil Pengujian Uji Multikolonieritas Persamaan Collinearity Statistic Keterangan Tolerance VIF  $y_2 = 4,026 + 0,183x_1 + 0,152y_1$  0,993 1,007 Bebas  $y_2 = 4,119 + 0,193x_2 + 0,160y_1$  0,971 1,030 Bebas Sumber: Data primer diolah (2018) 3 Pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa kedua persamaan tersebut mempunyai nilai tolerance  $> 0,10$  yaitu 0,993 dan 0,971, sedangkan pada nilai VIF kedua persamaan tersebut nilainya  $< 10$  yaitu 1,007 dan 1,030, hal ini menunjukkan bahwa kedua persamaan tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

dengan demikian maka semua persamaan dapat digunakan dalam tahap analisis berikutnya. 4.7. Hasil pengujian analisa regresi dan pengujian hipotesis 4.7.1. Pengaruh langsung 1. Pengaruh knowledge sharing terhadap competitive advantage Hasil analisa regresi digunakan untuk menguji apakah variabel knowledge sharing (Y1) berpengaruh

terhadap competitive advantage (Y2) dengan melihat hasil uji regresi, Rsquare, F dan t, maka untuk menguji analisa regresi dapat dimodelkan menjadi  $y_2 = b_0 + b_1y_1$ , adapun hasil uji regresi dirangkum pada tabel 4.24 Tabel 4.24 Hasil Analisa Regresi Variabel Knowledge Sharing (Y1) Terhadap Competitive Advantage (Y2) Variabel Koefisien regresi Rsquare Fhitung Signifikasi F thitung Signifikasi t Constant 3,726 - - - 13,835 0,000 Knowledge sharing (Y1) 0,137 0,515 5,693 0,042 2,075 0,008 Sumber : data primer diolah (2018) Pada tabel 4.24 menunjukkan bahwa model regresi yang diperoleh adalah  $y_2 = 3,726 + 0,137y_1$ , secara statistik variabel knowledge sharing (Y1) berpengaruh terhadap variabel Competitive advantage (Y2) sebesar 0,515 atau 51,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Keputusan hipotesis dapat diambil dengan membandingkan hasil dari Fhitung dan Ftabel atau thitung dan ttabel dengan hipotesis :  $H_0 =$  Variabel knowledge sharing (Y1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Competitive advantage (Y2).  $H_1 =$  Variabel knowledge sharing (Y1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Competitive advantage (Y2) 3 Dengan kriteria pengujian : 1.

Jika nilai Fhitung < Ftabel atau thitung < ttabel maka hipotesis  $H_0$  diterima. 2. Jika nilai Fhitung > Ftabel atau thitung > ttabel maka hipotesis  $H_1$  diterima. Hasil dari uji Fhitung sebesar 5,693 > Ftabel 3,98 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,042 atau 4,2% dengan sampel (N=75). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_1$  diterima artinya variabel knowledge sharing (Y1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Competitive advantage (Y2).

Sedangkan pada uji thitung dilakukan pada derajat kebebasan untuk tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% atau  $\alpha = 0,05$  (5%). Maka hasil uji thitung didapatkan hasil sebesar 2,075 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,008 atau 0,8% dengan sampel (N=75). Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau 5%.

Hal ini membuktikan bahwa variabel knowledge sharing (Y1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Competitive advantage (Y2). Maka semakin banyak ilmu pengetahuan yang diperoleh oleh setiap individu maka akan semakin tinggi competitive advantage pada bank. Dengan demikian knowledge sharing mempunyai arti penting dalam meningkatkan competitive advantage pada bank hal ini sekaligus memperkuat penelitian alipour et all (2010) yang menyatakan knowledge sharing sebagai prediktor berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi competitive advantage. 2.

Pengaruh trust terhadap competitive advantage Uji regresi, F,t dan Rsquare, digunakan untuk menguji apakah trust (X1) berpengaruh terhadap competitive advantage (Y2) oleh sebab itu untuk menguji analisa regresi dapat dimodelkan menjadi  $y_2 = b_0 + b_1y_2$ ,

adapun hasil uji regresi dirangkum pada tabel 4.25 Tabel 4.25 Hasil Analisa Regresi Variabel Trust (X1) Terhadap Competitive Advantage (Y2) Variabel Koefisien regresi Rsquare Fhitung Signifikansi F thitung Signifikansi t Constant 4,281 - - - 11,385 0,000 Trust (X1) 0,194 0,546 4,975 0,047 2,020 0,007 Sumber: data primer diolah (2018) 3 Pada tabel 4.25 menunjukkan bahwa model regresi yang diperoleh adalah  $y_2 = 4,281 + 0,194x_1$ , Keputusan hipotesis dapat diambil dengan membandingkan hasil dari Fhitung dan Ftabel atau thitung dan ttabel dengan hipotesis:  $H_0 =$  Variabel trust (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Competitive advantage (Y2).

$H_1 =$  Variabel trust (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Competitive advantage (Y2) Dengan kriteria pengujian : 3. Jika nilai Fhitung < Ftabel atau thitung < ttabel maka hipotesis  $H_0$  diterima. 4. Jika nilai Fhitung > Ftabel atau thitung > ttabel maka hipotesis  $H_1$  diterima. Hasil uji regresi dari penelitian ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh waheed et all (2013) menyatakan bahwa trust berdampak signifikan terhadap kinerja organisasi yang dimana competitive advantage dan inovasi sebagai bagian variabel dependen kinerja organisasi, Pada tabel 4.22 Hasil dari uji Fhitung sebesar 4,975 > Ftabel 3,98 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,047 atau 4,7% dengan sampel (N=75).

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_1$  diterima artinya variabel trust (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Competitive advantage (Y2). Sedangkan pada uji thitung dilakukan pada derajat kebebasan untuk tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% atau  $\alpha = 0,05$  (5%). Maka hasil uji thitung didapatkan hasil sebesar 2,075 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,007 atau 0,7% dengan sampel (N=75).

Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau 5%. Hal ini membuktikan bahwa variabel trust (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Competitive advantage (Y2). . Maka semakin tinggi tingkat kepercayaan sesama rekan maka akan semakin baik competitive advantage pada bank.

Dengan demikian trust antara karyawan adalah wajib, tanpa adanya saling percaya antar sesama rekan kerja maka berbagai pengetahuan antar karyawan tidak dapat berkembang. Dilihat secara statistik variabel trust (X1) berpengaruh terhadap variabel Competitive advantage (Y2) sebesar 0,546 atau 54,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. 3 3.

Pengaruh trust terhadap knowledge sharing Pengaruh variabel trust (X1) terhadap knowledge sharing (Y1) pada penelitian ini menggunakan analisa regresi dengan melihat hasil uji regresi, Rsquare, F dan t, oleh sebab itu dapat dimodelkan menjadi  $y_1 = b_0 + b_1x_1$ , adapun hasil uji regresi dirangkum pada tabel 4.26 Tabel 4.26 Hasil Analisa

Regresi Variabel Trust (X1) Terhadap Knowledge Sharing (Y1) Variabel Koefisien regresi Rsquare Fhitung Signifikasi F thitung Signifikasi t Constant 3,557 - - 5,347 0,000 Trust (X1) 0,121 0,518 4,365 0,039 2,050 0,009 Sumber: data primer diolah (2018) Pada tabel 4.26 menunjukkan bahwa model regresi yang diperoleh adalah  $y_1 = 3,557 + 0,121x_1$ , nilai Rsquare sebesar 0,518 artinya variabel trust (X1) secara statistik berpengaruh terhadap variabel knowledge sharing (Y1) sebesar 51,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Keputusan hipotesis dapat diambil dengan membandingkan hasil dari fhitung dan ftabel atau thitung dan ttabel dengan hipotesis : H0 = Variabel trust (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel knowledge sharing (Y1). H1 = Variabel trust (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel knowledge sharing (Y1). Dengan kriteria pengujian : 1. Jika nilai fhitung < ftabel atau thitung < ttabel maka hipotesis H0 diterima. 2.

Jika nilai fhitung > ftabel atau thitung > ttabel maka hipotesis H1 diterima. Hasil dari uji fhitung sebesar 4,365 > ftabel 3,98 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,039 atau 3,9% dengan sampel (N=75). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H1 diterima artinya variabel trust (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel knowledge sharing (Y1).

Sedangkan pada uji thitung dilakukan pada derajat kebebasan untuk tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% atau  $\alpha = 0,05$  (5%). Pada tabel 4.23 menunjukkan hasil dari uji thitung sebesar 2,050 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,009 atau 0,9% dengan sampel (N=75). Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat 4 kesalahan 0,05 atau 5%.

membuktikan bahwa variabel trust (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel knowledge sharing (Y1). Maka semakin tinggi tingkat kepercayaan sesama rekan maka akan semakin mudah untuk berbagi ilmu pengetahuan antara karyawan. Hal ini memperkuat penelitian yang dilakukan oleh Gruber (2000) yang telah menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara trust dan knowledge sharing. 4.

Pengaruh kepemimpinan terhadap knowledge sharing Hasil analisa regresi digunakan untuk menguji apakah variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh terhadap knowledge sharing (Y1) dengan melihat hasil uji regresi, Rsquare, F dan t, maka untuk menguji analisa regresi dapat dimodelkan menjadi  $y_1 = b_0 + b_1x_2$ , adapun hasil uji regresi dirangkum pada tabel 4.27 Tabel 4.27 Hasil Analisa Regresi Variabel Kepemimpinan (X2) Terhadap Knowledge Sharing (Y1) Variabel Koefisien regresi Rsquare Fhitung Signifikasi F thitung Signifikasi t Constant 5,505 - - 5,492 0,000 kepemimpinan (X2) 0,244 0,555 5,615 0,043 2,489 0,007 Sumber : data primer diolah (2018) Pada tabel 4.27

menunjukkan bahwa model regresi yang diperoleh adalah  $y_1 = 5,505 + 0,244x_2$ , secara statistik variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh terhadap variabel knowledge sharing (Y1) sebesar 0,555 atau 55,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Hal ini memperkuat penelitian yang dilakukan Chen (2004) yang menyatakan kepemimpinan tranforsional berpengaruh secara signifikan terhadap knowledge sharing. Keputusan hipotesis dapat diambil dengan membandingkan hasil dari Fhitung dan Ftabel atau thitung dan ttabel dengan hipotesis :  $H_0$  = Variabel kepemimpinan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel knowledge sharing (Y1).  $H_1$  = Variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel knowledge sharing (Y1).

4 Dengan kriteria pengujian : 1. Jika nilai Fhitung < Ftabel atau thitung < ttabel maka hipotesis  $H_0$  diterima. 2. Jika nilai Fhitung > Ftabel atau thitung > ttabel maka hipotesis  $H_1$  diterima. Hasil dari uji Fhitung sebesar 5,615 > Ftabel 3,98 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,043 atau 4,3% dengan sampel (N=75).

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis  $H_1$  diterima variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel knowledge sharing (Y1). Sedangkan pada uji thitung dilakukan pada derajat kebebasan untuk tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% atau  $\alpha = 0,05$  (5%). Maka hasil uji thitung didapatkan hasil sebesar 2,849 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,007 atau 0,7% dengan sampel (N=75).

Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau 5%. Hal ini membuktikan bahwa variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel knowledge sharing (Y1). Maka semakin tinggi ability seorang pemimpin maka akan semakin mudah untuk melakukan pembinaan, mestransfer ilmu pengetahuannya serta dapat memberikan contoh yang baik kepada bawahannya. 5.

Pengaruh kepemimpinan terhadap competitive advantage Pengaruh variabel kepemimpinan (X2) terhadap competitive advantage (Y2) pada penelitian ini menggunakan analisa regresi dengan melihat hasil uji regresi, Rsquare, F dan t, oleh sebab itu dapat dimodelkan menjadi  $y_2 = b_0 + b_1x_2$ , adapun hasil uji regresi dirangkum pada tabel 4.28

Variabel	Koefisien regresi	Rsquare	Fhitung	Signifikasi F	thitung	Signifikasi t
Constant	4,449	-	-	-	-	-
Kepemimpinan (X2)	0,116	0,585	6,968	0,045	2,148	0,009

Sumber: data primer diolah (2018) Pada tabel 4.28 menunjukkan bahwa model regresi yang diperoleh adalah  $y_2 = 4,449 + 0,116x_2$ , nilai Rsquare sebesar 0,585 artinya variabel kepemimpinan (X2) secara statistik berpengaruh terhadap variabel competitive advantage (Y1) sebesar 58,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.



4 Keputusan hipotesis dapat diambil dengan membandingkan hasil dari Fhitung dan Ftabel atau thitung dan ttabel dengan hipotesis : H0 = Variabel kepemimpinan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel competitive advantage (Y2). H1 = Variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel competitive advantage (Y2). Dengan kriteria pengujian : 1.

Jika nilai Fhitung < Ftabel atau thitung < ttabel maka hipotesis H0 diterima. 2. Jika nilai Fhitung > Ftabel atau thitung > ttabel maka hipotesis H1 diterima. Hasil dari uji Fhitung sebesar 6,968 > Ftabel 3,98 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,045 atau 4,5% dengan sampel (N=75). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H1 diterima artinya variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel competitive advantage (Y2).

Sedangkan pada uji thitung dilakukan pada derajat kebebasan untuk tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% atau  $\alpha = 0,05$  (5%). Pada tabel 4.23 menunjukkan hasil dari uji thitung sebesar 2,148 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,009 atau 0,9% dengan sampel (N=75). Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau 5%.

membuktikan bahwa variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel competitive advantage (Y2). Maka semakin tinggi ability seorang pemimpin maka akan semakin baik competitive advantage pada bank, dengan demikian pemimpin yang berani mengambil sebuah resiko dan menerapkan visi misi yang terukur akan dapat meningkatkan competitive advantage pada bank.

Hal ini memperkuat penelitian Alejandro (2014) yang membuktikan bahwa kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap inovasi dan kompetitif yang merupakan bagian variabel competitive advantage. 4.7.2. Pengaruh tidak langsung. 1. Pengaruh knowledge sharing terhadap trust dan competitive advantage Knowledge sharing (Y1) pada penelitian ini adalah sebagai moderatin atau intervening maksudnya variabel knowledge sharing (Y1) berfungsi untuk memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel trust (X1) terhadap variabel competitive advantage (Y2).

Untuk menguji apakah knowledge sharing dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antar variabel yaitu dengan melihat hasil regresi, Rsquare, F dan t pada analisa regresi dengan model regresi  $y_2 = b_0 + b_1x_1 + b_1y_1$ , adapun hasil uji regresi dirangkum pada tabel 4.29 Tabel 4.29 Hasil Analisa Regresi Knowledge Sharing (Y1) Memediasi Pengaruh Variabel Trust (X1) Terhadap Competitive Advantage (Y2) Variabel Koefisien regresi Rsquare Fhitung Signifikasi F thitung Signifikasi t Constant 4,026 - - - 9,087 0,000 Trust (X1) 0,183 0,731 3,895 0,029 2,376 0,006 Knowledge sharing (Y1) 0,152

2,303 0,005 Sumber: data primer diolah (2018) Keputusan hipotesis dapat diambil dengan membandingkan hasil dari koefisien regresi antara tabel 4.29 dengan tabel 4.25 apakah nilai koefisien regresi variabel trust lebih besar atau tidak dengan hipotesis :  $H_0$  = Variabel knowledge sharing (Y1) tidak memediasi hubungan variabel trust (X1) terhadap variabel competitive advantage (Y2).

$H_1$  = Variabel knowledge sharing (Y1) memediasi hubungan variabel trust (X1) terhadap variabel competitive advantage (Y2). Dengan kriteria pengujian : 1. Jika nilai koefisien regresi variabel trust (X1) pada tabel 4.29 < dari tabel 4.25 maka hipotesis  $H_0$  diterima. 2. Jika nilai koefisien regresi variabel trust (X1) pada tabel 4.29 > dari tabel 4.25 maka hipotesis  $H_1$  diterima. Pada tabel 4.29 menunjukkan bahwa model regresi yang diperoleh adalah  $y_2 = 4,026 + 0,183x_1 + 0,152y_1$  dan pada tabel 4.25 model regresi yang diperoleh  $y_2 = 4,281 + 0,194x_1$ , Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima yaitu knowledge sharing (Y1) tidak menjadi mediasi melainkan intervening antara variabel trust (X1) dan variabel competitive advantage (Y2) karena knowledge sharing (Y1) melemahkan hubungan antara variabel trust (X1) dan variabel competitive advantage (Y2) yang dapat ditunjukkan pada tabel 4.25 dan 4.29 yang semula variabel trust (X1) yaitu  $0,194x_1$  menjadi  $0,183x_1$ .

Dengan demikian adanya kompetisi sesama rekan kerja sehingga 4 kepercayaan untuk saling bertukar ilmu pengetahuan sangat rendah sehingga menyebabkan menurunnya competitive advantage pada bank. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh waheed et all (2013) yang menyatakan bahwa knowledge sharing berperan signifikan sebagai variabel yang memediasi hubungan antara trust dengan competitive advantage.

Karena pada penelitian ini knowledge sharing (Y1) berperan menjadi intervening antara variabel trust (X1) dan variabel competitive advantage (Y2), Namun secara statistik pada uji Rsquare variabel knowledge sharing dan variabel trust berpengaruh terhadap competitive advantage sebesar 0,731 atau 73,1%. Hasil dari uji Fhitung sebesar 3,895 > Ftabel 3,13 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,029 atau 2,9% dengan sampel (N=75).

Hal ini menunjukkan bahwa Variabel knowledge sharing (Y1) dan variabel trust (X1) berpengaruh secara simultan terhadap variabel competitive advantage (Y2). uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel trust (X1) dan variabel knowledge sharing (Y1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel competitive advantage (Y2). Pada tabel 4.29 menunjukkan hasil dari uji thitung untuk variabel trust (X1) sebesar 2,376 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,006 atau 0,6% dengan sampel (N=75).

Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau 5%. Hal ini

membuktikan bahwa variabel trust (X1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel competitive advantage (Y2). Sedangkan pada variabel knowledge sharing (Y1) hasil uji t hitung sebesar 2,303 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,005 atau 0,5% dengan sampel (N=75).

Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau 5%. Hal ini membuktikan bahwa variabel knowledge sharing (Y1) juga berpengaruh secara parsial terhadap variabel competitive advantage (Y2). 2. Pengaruh knowledge sharing terhadap kepemimpinan dan competitive advantage.

Knowledge sharing (Y1) pada penelitian ini adalah sebagai mediasi atau intervening maksudnya variabel knowledge sharing (Y1) berfungsi untuk memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel kepemimpinan (X2) terhadap variabel competitive advantage (Y2). Untuk menguji apakah knowledge sharing dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antar variabel yaitu dengan melihat hasil regresi, Rsquare, F dan t pada analisa regresi dengan model regresi  $y_2 = b_0 + b_1x_2 + b_1y_1$ , adapun hasil uji regresi dirangkum pada tabel 4.30. 4 Tabel 4.30 Hasil Analisa Regresi Pengaruh Knowledge Sharing (Y1) Terhadap Variabel Kepemimpinan (X2) Dan Competitive Advantage (Y2) Variabel Koefisien regresi Rsquare F hitung Signifikasi F thitung Signifikasi t Constant 4,119 - - 6,040 0,000 Kepemimpinan (X2) 0,193 0,760 3,612 0,044 2,838 0,008 Knowledge sharing (Y1) 0,160 2,388 0,009 Sumber: data primer diolah (2018) Keputusan hipotesis dapat diambil dengan membandingkan hasil dari koefisien regresi antara tabel 4.30 dengan tabel 4.28 apakah nilai koefisien regresi variabel kepemimpinan lebih besar atau tidak dengan hipotesis : H0 = Variabel knowledge sharing (Y1) tidak memediasi hubungan variabel kepemimpinan (X2) terhadap variabel competitive advantage (Y2).

H1 = Variabel knowledge sharing (Y1) memediasi hubungan variabel kepemimpinan (X2) terhadap variabel competitive advantage (Y2). Dengan kriteria pengujian : 1. Jika nilai koefisien regresi variabel kepemimpinan (X2) pada tabel 4.30 < dari tabel 4.28 maka hipotesis H0 diterima. 2. Jika nilai koefisien regresi variabel kepemimpinan (X2) pada tabel 4.30 > dari tabel 4.28 maka hipotesis H1 diterima. Pada tabel 4.30 menunjukkan bahwa model regresi yang diperoleh adalah  $y_2 = 4,119 + 0,193x_2 + 0,160y_1$  dan pada tabel 4.28 model regresi yang diperoleh adalah  $y_2 = 4,449 + 0,116x_2$ , Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima yaitu knowledge sharing (Y1) menjadi mediasi antara variabel kepemimpina (X2) dan variabel competitive advantage (Y2) karena knowledge sharing (Y1) memperkuat hubungan antara variabel kepemimpinan (X2) dan variabel competitive advantage (Y2) yang dapat ditunjukkan pada tabel 4.28 dan 4.30 yang semula variabel trust (X1) yaitu 0,116x1 menjadi 0,193x1. oleh sebab itu pengetahuan ilmu seorang pemimpin dalam mentransfer suatu inovasi baru atau

melakukan pembinaan kepada bawahannya dapat meningkatkan competitive advantage pada bank.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang 4 dilakukan oleh chen (2004) yang menyatakan knowledge sharing secara parsial dimediasi kontribusi dari kepemimpinan transformasional, tetapi dalam penelitian ini yang menjadi mediasi bukanlah kepemimpinan transformasional melainkan knowledge sharing yang memediasi hubungan antara kepemimpinan dan competitive advantage.

ditinjau secara statistik pada uji Rsquare variabel knowledge sharing dan variabel kepemimpinan berpengaruh terhadap competitive advantage sebesar 0,760 atau 76%. Hasil dari uji Fhitung sebesar 3,612 > Ftabel 3,13 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,044 atau 4,4% dengan sampel (N=75). Hal ini menunjukkan bahwa Variabel knowledge sharing (Y1) dan variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel competitive advantage (Y2).

uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel kepemimpinan (X2) dan variabel knowledge sharing (Y1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel competitive advantage (Y2). Pada tabel 4.30 menunjukkan hasil dari uji thitung untuk variabel kepemimpinan (X2) sebesar 2,838 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,008 atau 0,8% dengan sampel (N=75).

Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau 5%. Hal ini membuktikan bahwa variabel kepemimpinan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel competitive advantage (Y2). Sedangkan pada variabel knowledge sharing (Y1) hasil uji thitung sebesar 2,388 dengan tingkat kesalahan sebesar 0,009 atau 0,9% dengan sampel (N=75).

Karena tingkat kesalahan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau 5%. Hal ini membuktikan bahwa variabel knowledge sharing (Y1) juga berpengaruh secara parsial terhadap variabel competitive advantage (Y2). 4 BAB V PENUTUP 5.1. Kesimpulan Berdasarkan hasil analisa diskriptif dan pembahasan pada penelitian ini, yang telah dijelaskan pada uraian-uraian sebelumnya maka didapatkan suatu kesimpulan terhadap permasalahan dan tujuan dari penelitian yang telah ditetapkan sebagai berikut: 1.

Knowledge sharing berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage, semakin banyak ilmu pengetahuan yang diperoleh oleh setiap individu maka akan semakin tinggi competitive advantage pada bank X. Dengan demikian knowledge sharing mempunyai arti penting dalam meningkatkan competitive advantage pada bank, hal ini sesuai dengan yang dikemukakan alipour et all (2010) dalam upaya meningkatkan ability pada

competitive advantage maka suatu organisasi seharusnya mensinergiskan kemampuan dan menguatkan kualitas individu.

Hal ini sekaligus menyatakan bahwa semakin kuat pengetahuan yang didapat suatu individu maka akan semakin tinggi competitive advantage pada sebuah organisasi. 2. Trust berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage, semakin tinggi tingkat kepercayaan sesama rekan maka akan semakin baik competitive advantage pada bank X.

Dengan demikian trust antara karyawan adalah wajib, tanpa adanya saling percaya antar sesama rekan kerja maka berbagai pengetahuan antar karyawan tidak dapat berkembang. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan waheed et all (2013) makin tinggi tingkat kepercayaan sesama rekan maka work outcome yang didapat akan semakin tinggi. 3. Trust berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing, semakin tinggi tingkat kepercayaan sesama rekan maka akan semakin mudah untuk berbagi ilmu pengetahuan antara karyawan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan gruber (2000) yang telah menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara trust dengan knowledge sharing.

4. Knowledge sharing bukan sebagai mediasi hubungan antara trust dan competitive advantage melainkan sebagai intervening yang melemahkan hubungan trust dan competitive advantage.

Dengan demikian adanya kompetisi sesama rekan kerja 4 sehingga kepercayaan untuk saling bertukar ilmu pengetahuan sangat rendah sehingga menyebabkan menurunnya competitive advantage pada bank X. Hal ini tidak sesuai dengan yang dikemukakan waheed et all (2013) yang menyatakan bahwa knowledge sharing berperan signifikan sebagai variabel yang memediasi hubungan antara trust dengan competitive advantage. 5.

Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap knowledge sharing, semakin tinggi ability seorang pemimpin maka akan semakin mudah untuk melakukan pembinaan, mentransfer ilmu pengetahuannya serta dapat memberikan contoh yang baik kepada bawahannya. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Chen (2004) makin tinggi tingkat kepemimpinan transformasional maka berpengaruh secara signifikan dengan knowledge sharing dalam melakukan setting (pengaturan) strategi. 6.

Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap competitive advantage, semakin tinggi ability seorang pemimpin maka akan semakin baik competitive advantage pada bank, dengan demikian pemimpin yang berani mengambil sebuah resiko dan menerapkan

visi misi yang terukur akan dapat meningkatkan competitive advantage pada bank itu sendiri. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Alejandro (2014) yang membuktikan bahwa kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap inovasi dan kompetitif yang merupakan bagian variabel competitive advantage. 7.

Knowledge sharing sebagai moderating hubungan antara kepemimpinan dan competitive advantage, pengetahuan ilmu seorang pemimpin dalam mentransfer suatu inovasi baru atau melakukan pembinaan kepada bawahannya dapat meningkatkan competitive advantage pada bank X. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan chen (2004) yang menyatakan perilaku kepemimpinan yang baik akan menyebabkan efektifitas marketing organisasi dalam setting (pengaturan) startegi. Tetapi pada penelitian chen (2004) kepemimpinan yang menjadi moderating antara knowledge sharing dan competitive advantage. 4 5.2.

Saran Sesuai dengan pembahasan hasil analisa penelitian terdapat beberapa temuan dan kesimpulan penelitian, berikut ini disampaikan beberapa saran yang diharapkan menjadi implikasi dari hasil penelitian 5.2.1. Bagi pengembangan teori 1. Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan, baik temuan yang mendukung peneliti sebelumnya atau yang menolak temuan peneliti sebelumnya.

Temuan yang mendukung teori penelitian sebelumnya adalah trust, kepemimpinan, knowledge sharing berpengaruh secara signifikan terhadap competitive advantage. temuan yang tidak mendukung penelitian sebelumnya adalah knowledge sharing bukan sebagai moderating melainkan sebagai intervening yang melemahkan hubungan antara trust dan competitive advantage, dan pada penelitian ini mempunyai temuan baru yang menyatakan bahwa knowledge sharing menjadi mediasi antara hubungan kepemimpinan dan competitive advantage. temuan ini diharapkan dapat dikembangkan dan dapat memperkuat penelitian-penelitian berikutnya untuk memperkaya ilmu manajemen. 2.

Hasil penelitian ini, juga menghasilkan temuan bahwa dalam beberapa dalam beberapa terdapat indikator yang kurang mendapat perhatian dari para responden, yaitu: a. Indikator stimulasi intelektual pada variabel kepemimpinan direspon paling rendah, oleh sebab itu bagi para pengembang teori-teori selanjutnya dapat tidak menyertakan indikator tersebut atau dapat mengganti indikator tersebut dengan indikator lain sehingga didapatkan hasil yang lebih baik. b.

Indikator kesamaan aset strategik pada variabel competitive advantage direspon paling rendah, oleh sebab itu bagi para pengembang teori-teori selanjutnya dapat tidak menyertakan indikator tersebut atau dapat mengganti indikator tersebut dengan

indikator lain sehingga didapatkan hasil yang lebih baik. 5.5.2.2. Bagi praktisi 1. Hasil analisa jalur pada variabel knowledge sharing terhadap hubungan variabel trust dan competitive advantage menyatakan bahwa knowledge sharing menjadi intervening, oleh sebab itu hal ini perlu dapat perhatian pada pihak bank, karena adanya kompetisi sesama rekan kerja sehingga kepercayaan untuk saling bertukar ilmu pengetahuan sangat rendah sehingga menyebabkan menurunnya competitive advantage pada bank X.

oleh sebab itu seharusnya pihak bank X memberikan pembinaan pada semua karyawan jika bertukar ilmu pengetahuan atau bermitra antar sesama rekan kerja itu saling menguntungkan sehingga hal ini dapat meningkatkan competitive advantage pada bank X. 51 DAFTAR PUSTAKA Alejandro, Ramón V. (2014). Leadership Style.

Entrepreneurial Orientation and Innovation: The Impact on Business Performance and Competitiveness in Puerto Rico. Dissertation.

Universidad del Turabo Alipour, Hamidreza., Davabi, Karim., Mehrabi, Zahra dan Moshtaghi, Masoumeh (2010). The role of knowledge management in the achievement of competitive advantage: A case study of Iran Alborze Insurance Company in Western Mazandaran. African Journal of Business Management Vol. 4(7), pp. 1346-1350 Bass, B. M. (1985). Leadership and performance beyond expectation. New York, NY: Free Press.

Bass, B. M., & Avolio, B. J. (2004). Multifactor leadership questionnaire: Manual and sample set (3rd ed.). Palo Alto, CA: Mind Garden Bock, G. W., Zmud, R. W., Kim, Y. G., & Lee, J. N. (2005). Behavioral intention formation in knowledge sharing: examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological factors, and organizational climate.

MIS Quarterly, 29(1), 87–111. Conger, J.A., & Kanungo, R.N. (1997). Toward a behavioral theory of charismatic leadership organizational settings. Academy of Management Review, 12, 637-647 Chen, Li-Yueh (2004). An Examination of the Relationships among Leadership Behaviors, Knowledge Sharing, and Organization's Marketing Effectiveness In Professional Service Firms That Have Been Engaged In Strategic Alliances. Dissertation. Nova Southeastern University Cook, J., & Wall, T. (1980).

New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non-fulfilment. Journal of Occupational Psychology, 53, 39-52. Cummings, J. L., & Teng, B. S. (2003). Transferring R&D knowledge: The key factors affecting knowledge transfer success. Journal of Engineering and Technology Management, 20, 39-68 De Long, D. W., & Fahey, L. (2000). Diagnosing cultural barriers to knowledge management.

Academy of Management Executive, 14(4), 113-127. Drucker, P. F. (1995). Knowledge

and the post-capitalist society. In Knowledge Management Europe 2000 [Electronic database, Brint.com]. Available at: <http://www.hrint.com/Peterold.htm> Drucker, P. F. (1999). Knowledge-worker productivity: The biggest challenge. *California Management Review*, 41, 79-94. Evans, Evan Carl (2013).

The Effects of Organizational Leadership and Culture on Tacit Knowledge Utilization. Lawrence Technological University College of Management Gruber, Hans-Georg (2000). Does Organisational Culture Affect the Sharing of Knowledge? The Case of a Department in a High-Technology Company. Dissertation. Carleton University Ottawa, Ontario Hall, Richard (1993). A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage.

Strategic Management Journal 14 (September-October): pp. 75 – 85 Hair, J.R., J.F., R.E. Anderson, R.L. Tatham and W.C. Black. (1995). *Multivariate Data Analysis With Reading*, Fourth Editions, MacMillian Publishing Company. New York 52 Hooff BV, Weenan FD (2004). Committed to share: commitment and CMC use as antecedents of knowledge sharing. *Knowl. Process Manag.* 11:13-24. Kanste, O., Miettunen, J., & Kynga, H. (2007).

Psychometric properties of the Multifactor Leadership Questionnaire among nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 57(2), 201- 212. Kalseth K, Cummings S (2001). Knowledge Management: development strategy or business strategy? *Inf. Dev.* 17(3):163-171 Liao SH, Fei WC, Chen CC (2007). Knowledge sharing, absorptive capacity, and innovation capability: an empirical study of Taiwan's knowledge-intensive industries. *J. Inf. Sci.* 33(3):340-359.

Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T.S., & Rao, S.. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, vol. 34 (2), p. 107-124. Mulligan, Deborah R. (2001). Knowledge – Sharing Leadership: Sharing of Knowledge in Relation to Leadership. Dissertation. Capella University McDermott, R. (2000). Building a support structure for your communities. *Knowledge Management Review*. 3 (3). 5. Podsakoff, P. M., MacKenzie, S.

B., Moorman, R. H., & Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizen behaviors. *Leadership Quarterly*, 1(2), 107-142. Porter, M.E.. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior* performance. New York: Free Press. Ryu, S.

Ho, S. H. & Han, I. (2003). Knowledge Sharing Behavior of Physicians in Hospitals. *Expert Systems with Applications*, 25, 113-122 Srivastava A, Bartol KM (2002). Encouraging Knowledge Sharing: The role of Organizational Reward Systems. *J. Leadersh. Org. Stud.*



9(1):64 Waheed, Hira., Qureshi, T. M., Khan, M. A. dan Hijazi, S.T. (2013). **Mediating role of knowledge** sharing: Organizational performance for competitive advantage and innovation.

African **Journal of Business Management** Vol. 7(7), pp. 536-547 Zaheer A, McEvily B, Perrone V (1998). **Does Trust Matter? Exploring the Effects of Interorganizational and Interpersonal Trust on Performance.** Org. Sci. 9(2):141-159

5 No Uraian Pendapat Trust (X1) 1 2 3 4 5 Percaya (X11) 1. Bekerja dengan ketulusan akan mempercepat produktifitas kerja 2.

Bank melibatkan karyawannya dalam berbagai proyek bank 3. Bank mempunyai kepedulian yang besar pada prospek usaha agribisnis 4. Bank memberikan keputusan rasional untuk penerima kredit agribisnis 5. Bank memberikan bantuan kredit untuk usaha agribisnis 6. Semua jenis pekerjaan dilakukan dengan efisien Keyakinan (X12) 7. Bank memberikan keadilan untuk para karyawan dalam bekerja 8.

Bank memberikan janji pada para kredit agribisnis untuk mempermudah syarat kredit 9. Bank mempunyai kemampuan untuk memperdayakan karyawannya 10. Bank memberikan kesesuaian pinjaman dalam melakukan kredit 11. Bank memberikan keselamatan pada para karyawannya 12. Bank memberikan keuntungan pada kreditur untuk dapat melunasi kredit pada waktu yang cukup lama Kepemimpinan transformasional (X2) 1 2 3 4 5 Karisma(X21) 13.

Pemimpin mengambil keputusan setelah menyesuaikan pendapat 14. Pemimpin harus mempunyai keyakinan dan nilai yang positif 15. Pemimpin harus melihat situasi dari sisi perspektif yang berbeda 16. Pemimpin dan karyawan harus optimis dalam menjalankan pekerjaan 17. Pemimpin mempunyai kemampuan untuk membangkitkan mood karyawan

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN PILIHAN PENDAPAT RESPONDEN  
Sangat tidak setuju (notasi 1) Tidak setuju (notasi 2) Netral (notasi 3) Setuju (notasi 4) Sangat Setuju (notasi 5) BERI TANDA SILANG PADA PILIHAN PENDAPAT YANG SESUAI 5  
Kepentingan (X22) 18.

Bank membantu memberdayakan usaha agribisnis 19. Pemimpin harus mementingkan kepentingan bersama para karyawan 20. Pemimpin harus memperlakukan adil semua bawahannya Motivasi inspirasi (X23) 21. Para karyawan antusias jika bekerja dengan baik akan di berikan reward. 22. bank mempunyai tujuan besar untuk mengembangkan usaha agribisnis 23. Pemimpin harus memberikan contoh keteladanan yang baik 24.

Seorang pemimpin harus mempertimbangkan keputusan yang etis 25. Pemimpin harus mempunyai **kepercayaan diri yang tinggi** 26. Pemimpin harus memberikan penghargaan

kepada bawahannya yang mendapatkan nilai terbaik dalam bekerja Stimulasi intelektual (X24) 27. Pemimpin harus memberikan solusi alternatif jika adanya suatu kendala dalam sebuah program kerja 28.

Bank harus memberikan pelatihan kepada para karyawan untuk pengembangan potensinya 29. Pemimpin harus memberikan sebuah metode baru untuk memberikan keuntungan pada bank 30. Dalam bekerja kebersamaan antar karyawan itu penting 31. Seorang pemimpin harus mempunyai sikap optimis dalam bekerja Knowledge sharing (Y1) 1 2 3 4 5 Perilaku penyedia (Y11) 32.

Berbagi pengalaman kerja sangat perlu untuk dilakukan 33. Bank harus memberikan penawaran informasi yang lengkap pada kreditur agribisnis 34. Saling peduli dengan rekan kerja adalah hal yang baik 35. Kemampuan Bekerja berkelompok memang penting tetapi kemampuan individualis juga sangat penting Pencarian pengetahuan (Y12) 36.

Sebagai seorang karyawan bank menyaring berbagai informasi mengenai manajemen keuangan sangat penting 37. adanya update informasi pinjaman sangat dibutuhkan untuk para kreditur 38. Karyawan dilibatkan dalam berdialog kepada pemimpinnya untuk menyampaikan pendapat 39. Bank juga melibatkan pihak eksternal untuk memajukan bank Competitive advantage (Y2) 1 2 3 4 5 Durabilitas (Y21) 40.

Tingkat prestasi pada bank sangat penting untuk diupayakan 41. Tingkat nasabah pada bank perlu diperhatikan Kesamaan aset strategic (Y22) 5 42. Tingkat kemudahan organisasi dapat memberikan efek yang baik pada bank 43. Tingkat kemudahan pesaing pada bank perlu diperhatikan Imitabilitas (Y23) 44. Jika bank meniru ide atau gagasan sebuah perusahaan lain, bank harus mengukur tingkat kesulitan peniruan 45.

Menghitung tingkat frekuensi peniruan sangat penting untuk dilakukan jika bank ingin meniru ide atau gagasan perusahaan lain 46. Tingkat kemudahan peniruan juga perlu diperhatikan karena jika terlalu mudah maka dapat terkena saksi 5 LAMPIRAN 2.

KORELASI ANTAR ITEM PADA INDIKATOR VARIABEL. 1) Variabel Trust (X1) ? Indikator Percaya (X11) Correlations X111 X112 X113 X114 X115 X116 X111 Pearson Correlation 1 .384\*\* .261\* .206\* .178\* .177\* Sig.

(2-tailed) .001 .024 .033 .045 .047 N 75 75 75 75 75 75 X112 Pearson Correlation .384\*\* 1 .442\*\* .381\*\* .229\* .178\* Sig. (2-tailed) .001 .000 .001 .042 .045 N 75 75 75 75 75 75 X113 Pearson Correlation .261\* .442\*\* 1 .311\*\* .194\* .206\* Sig. (2-tailed) .024 .000 .007 .035 .033 N 75 75 75 75 75 75 X114 Pearson Correlation .206\* .381\* .311\*\* 1 .370\*\* .255\* Sig. (2-tailed) .033 .001 .007 .001 .032 N 75 75 75 75 75 75 X115 Pearson Correlation .178\*

.229\* .194\* .370\*\* 1 .349\*\* Sig. (2-tailed) .045 .042 .035 .001 .002 N 75 75 75 75 75 75  
X116 Pearson Correlation .177\* .178\* .206\* .255\*\* .349\*\* 1 Sig. (2-tailed) .047 .045 .033  
.032 .002 N 75 75 75 75 75 \*\*.

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). 5 ? Indikator Keyakinan (X12) Correlations X121 X122 X123 X124 X125 X126 X121 Pearson Correlation 1 .518\*\* .495\*\* .364\* .251\* .324\* Sig. (2-tailed) .000 .001 .013 .026 .021 N 75 75 75 75 75 75 X122 Pearson Correlation .518\*\* 1 .388\*\* .243\* .275\* .238\* Sig. (2-tailed) .000 .001 .036 .024 .032 N 75 75 75 75 75 X123 Pearson Correlation .495\*\* .388\*\* 1 .330\*\* .321\*\* .229\* Sig. (2-tailed) .001 .001 .004 .006 .038 N 75 75 75 75 75 X124 Pearson Correlation .364\* .243\* .330\*\* 1 .323\*\* .213\* Sig. (2-tailed) .013 .036 .004 .005 .041 N 75 75 75 75 75 X125 Pearson Correlation .251\* .275\* .321\* .323\*\* 1 .254\* Sig. (2-tailed) .026 .015 .006 .005 .028 N 75 75 75 75 75 X126 Pearson Correlation .324\* .238\* .229\* .213\* .254\* 1 Sig. (2-tailed) .021 .032 .038 .041 .028 N 75 75 75 75 75 \*\*.

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). 5 2) Variabel Kepemimpinan (X2) ? Indikator Karisma (X21) Correlations X211 X212 X213 X214 X215 X211 Pearson Correlation 1 .505\*\* .267\* .226\* .283\* Sig. (2-tailed) .000 .020 .023 .019 N 75 75 75 75 75 X212 Pearson Correlation .505\*\* 1 .307\*\* .223\* .235\* Sig. (2-tailed) .000 .007 .027 .022 N 75 75 75 75 75 X213 Pearson Correlation .267\* .307\*\* 1 .285\* .267\* Sig. (2-tailed) .020 .007 .013 .020 N 75 75 75 75 75 X214 Pearson Correlation .226\* .223\* .285\* 1 .551\*\* Sig. (2-tailed) .023 .027 .015 .000 N 75 75 75 75 75 X215 Pearson Correlation .283\* .235\* .267\* .551\*\* 1 Sig. (2-tailed) .019 .022 .020 .000 N 75 75 75 75 75 \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

? Indikator Pertimbangan Individu (X22) Correlations X221 X222 X223 X221 Pearson Correlation 1 .321\*\* .255\* Sig. (2-tailed) .005 .019 N 75 75 75 X222 Pearson Correlation .321\*\* 1 .300\*\* Sig. (2-tailed) .005 .009 N 75 75 75 X223 Pearson Correlation .255\* .300\*\* 1 Sig. (2-tailed) .019 .009 N 75 75 75 \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5 ? Indikator Motivasi Inspirasi (X23) Correlations X231 X232 X233 X234 X235 X236 X231 Pearson Correlation 1 .428\*\* .338\*\* .289\* .252\* .273\* Sig. (2-tailed) .005 .009 .023 .028 .025 N 75 75 75 75 75 75 X232 Pearson Correlation .428\*\* 1 .250\* .235\* .347\*\* .198\* Sig. (2-tailed) .005 .030 .037 .008 .045 N 75 75 75 75 75 X233 Pearson Correlation .338\*\* .250\* 1 .333\*\* .235\* .359\*\* Sig. (2-tailed) .009 .030 .003 .037 .003 N 75 75 75 75 75 X234 Pearson Correlation .289\* .235\* .338\*\* 1 .427\*\* .250\* Sig. (2-tailed) .023 .037 .009 .000 .030 N 75 75 75 75 75 X235 Pearson Correlation .252\* .347\*\* .235\* .427\*\* 1

.355\*\* Sig. (2-tailed) .028 .008 .037 .000 .005 N 75 75 75 75 75 75 X236 Pearson Correlation .273\* .198\* .359\*\* .250\* .355\*\* 1 Sig. (2-tailed) .025 .045 .003 .030 .005 N 75 75 75 75 75 \*

Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). 6 ? Indikator Stimulasi Intelektual (X24) Correlations X241 X242 X243 X244 X245 X241 Pearson Correlation 1 .361\*\* .257\* .320\*\* .284\* Sig. (2-tailed) .001 .025 .005 .013 N 75 75 75 75 75 X242 Pearson Correlation .361\*\* 1 .272\* .257\* .268\* Sig. (2-tailed) .001 .018 .025 .020 N 75 75 75 75 75 X243 Pearson Correlation .257\* .272\* 1 .243\* .258\* Sig. (2-tailed) .025 .018 .036 .024 N 75 75 75 75 75 X244 Pearson Correlation .320\*\* .257\* .243\* 1 .257\* Sig. (2-tailed) .005 .025 .036 .025 N 75 75 75 75 75 X245 Pearson Correlation .284\* .268\* .258\* .257\* 1 Sig. (2-tailed) .013 .020 .024 .025 N 75 75 75 75 75 \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

6 3) Variabel Knowledge Sharing (Y1) ? Indikator Perilaku Penyedia (Y11) Correlations Y111 Y112 Y113 Y114 Y111 Pearson Correlation 1 .387\*\* .288\* .243\* Sig. (2-tailed) .001 .015 .022 N 75 75 75 75 Y112 Pearson Correlation .387\*\* 1 .467\*\* .311\* Sig. (2-tailed) .001 .001 .011 N 75 75 75 75 Y113 Pearson Correlation .288\* .467\*\* 1 .435\*\* Sig. (2-tailed) .015 .001 .001 N 75 75 75 75 Y114 Pearson Correlation .243\* .311\* .435\*\* 1 Sig. (2-tailed) .022 .011 .001 N 75 75 75 75 ? Indikator Pencarian Pengetahuan (Y12). Correlations Y121 Y122 Y123 Y124 Y121 Pearson Correlation 1 .264\* .232\* .435\*\* Sig. (2-tailed) .026 .032 .000 N 75 75 75 75 Y122 Pearson Correlation .264\* 1 .254\* .221\* Sig. (2-tailed) .026 .028 .035 N 75 75 75 75 Y123 Pearson Correlation .232\* .254\* 1 .429\*\* Sig.

(2-tailed) .032 .028 .000 N 75 75 75 75 Y124 Pearson Correlation .435\*\* .221\* .429\*\* 1 Sig. (2-tailed) .000 .035 .000 N 75 75 75 75 \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6 4) Variabel Competitive Advantage (Y2) ? Indikator Durabilitas (Y21) Correlations Y211 Y212 Y211 Pearson Correlation 1 .461\*\* Sig. (2-tailed) .001 N 75 75 Y212 Pearson Correlation .461\*\* 1 Sig. (2-tailed) .001 N 75 75 \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

? Indikator Kesamaan Aset Strategik (Y22) Correlations Y221 Y222 Y221 Pearson Correlation 1 .235\* Sig. (2-tailed) .042 N 75 75 Y222 Pearson Correlation .235\* 1 Sig. (2-tailed) .042 N 75 75 \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). ? Indikator Imitabilitas (Y23) Correlations Y231 Y232 Y233 Y231 Pearson Correlation 1 .232\* .238\* Sig. (2-tailed) .045 .043 N 75 75 75 Y232 Pearson Correlation .232\* 1 .275\* Sig. (2-tailed) .045 .038 N 75 75 75 Y233 Pearson Correlation .238\* .275\* 1 Sig. (2-tailed) .043 .038 N 75 75 75 \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). 6 5) Uji Reliability Case Processing Summary N % Cases Valid 75 100.0 Excluded a 0 .0 Total 75 100.0 a.



-.042 .073 Sig. (2-tailed) . .602 .496 .717 .531 N 75 75 75 75 75 X2 Correlation Coefficient  
 -.061 1.000 -.197 -.127 -.002 Sig. (2-tailed) .602 . .091 .279 .988 N 75 75 75 75 75 Y1  
 Correlation Coefficient .080 -.197 1.000 .113 -.073 Sig. (2-tailed) .496 .091 . .334 .533 N  
 75 75 75 75 75 Y2 Correlation Coefficient -.042 -.127 .113 1.000 .053 Sig. (2-tailed) .717  
 .279 .334 . .650 N 75 75 75 75 75 Unstandardized Residual Correlation Coefficient .073  
 -.002 -.073 .953\*\* 1.000 Sig. (2-tailed) .531 .988 .533 .000 . N 75 75 75 75 75 \*\*.

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). 7 LAMPIRAN 5. ANALISA REGRESI 1.  
 Regression Y1=b0+b1x1 Variables Entered/Removed Model Variables Entered  
 Variables Removed Method 1 X1b . Enter a. Dependent Variable: Y1 b. All requested  
 variables entered. Model Summary Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of  
 the Estimate Durbin-Watson 1 .721a .519 .518 .73719 2.169 a.

Predictors: (Constant), X1 b. Dependent Variable: Y1 ANOVA Model Sum of Squares Df  
 Mean Square F Sig. 1 Regression .275 1 .275 4.365 .039b Residual 4.671 73 .063 Total  
 6.946 74 a. Dependent Variable: Y1 b. Predictors: (Constant), X1 Coefficients Model  
 Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std. Error Beta 1  
 (Constant) 3.557 .665 5.347 .000 X1 .121 .059 .083 2.050 .009 7 a. Dependent Variable: Y1  
 2.

Regression (Y2=b0+b1x1) Variables Entered/Removed Model Variables Entered  
 Variables Removed Method 1 X1b . Enter a. Dependent Variable: Y2 b. All requested  
 variables entered. Model Summary Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of  
 the Estimate Durbin-Watson 1 .739a .546 .545 .41668 1.703 a. Predictors: (Constant), X1  
 b. Dependent Variable: Y2 ANOVA Model Sum of Squares Df Mean Square F Sig. 1  
 Regression .312 1 .312 4.875 .047b Residual 4.675 73 .064 Total 4.987 74 a. Dependent  
 Variable: Y2 b. Predictors: (Constant), X1 Coefficients Model Unstandardized  
 Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std.

Error Beta 1 (Constant) 4.281 .376 11.385 .000 X1 .194 .096 .089 2.020 .007 a. Dependent  
 Variable: Y2 7 3. Regression (Y2=b0+b1y1) Variables Entered/Removed Model  
 Variables Entered Variables Removed Method 1 Y1b . Enter a. Dependent Variable: Y2 b.  
 All requested variables entered. Model Summary Model R R Square Adjusted R Square  
 Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .718a .515 .514 .41541 1.719 a.

Predictors: (Constant), Y1 b. Dependent Variable: Y2 ANOVA Model Sum of Squares Df  
 Mean Square F Sig. 1 Regression .279 1 .279 5.693 .042b Residual 3.597 73 .049 Total  
 5.776 74 a. Dependent Variable: Y2 b. Predictors: (Constant), Y1 Coefficients Model  
 Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std. Error Beta 1  
 (Constant) 3.726 .269 13.853 .000 Y1 .137 .066 .118 2.075 .008 a. Dependent Variable: Y2

74.

Regression ( $y_2 = b_0 + b_1x_1 + b_2y_1$ ) Variables Entered/Removed Model Variables Entered Variables Removed Method 1 Y1, X1b . Enter a. Dependent Variable: Y2 b. All requested variables entered. Model Summary Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .855a .731 .730 .41618 1.710 a. Predictors: (Constant), Y1, X1 b. Dependent Variable: Y2 ANOVA Model Sum of Squares Df Mean Square F Sig. 1 Regression .375 2 .187 3.895 .029b Residual 3.471 72 .048 Total 12.776 74 a. Dependent Variable: Y2 b. Predictors: (Constant), Y1, X1 Coefficients Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig.

Collinearity Statistics B Std. Error Beta Tolerance VIF 1 (Constant) 4.026 .443 9.087 .000 X1 .183 .077 .100 2.376 .006 .993 1.007 Y1 .152 .066 .127 2.303 .005 .993 1.007 a. Dependent Variable: Y2 Collinearity Diagnostics Model Dimension Eigenvalue Condition Index Variance Proportions (Constant) X1 Y1 7 1 1 2.969 1.000 .00 .00 .00 2 .024 11.219 .03 .21 .85 3 .007 20.052 .97 .78 .15 a. Dependent Variable: Y2 5.

Regression ( $y_1 = b_0 + b_1x_2$ ) Variables Entered/Removed Model Variables Entered Variables Removed Method 1 X2b . Enter a. Dependent Variable: Y1 b. All requested variables entered. Model Summary Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .745a .555 .554 .72888 2.087 a. Predictors: (Constant), X2 b. Dependent Variable: Y1 ANOVA Model Sum of Squares Df Mean Square F Sig. 1 Regression .365 1 .365 5.615 .043b Residual 4.783 73 .065 Total 5.148 74 a. Dependent Variable: Y1 b. Predictors: (Constant), X2 Coefficients Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std.

Error Beta 1 (Constant) 5.505 1.003 5.492 .000 X2 .244 .098 .171 2.489 .007 a. Dependent Variable: Y1 6. Regression ( $y_2 = b_0 + b_1x_2$ ) Variables Entered/Removed Model Variables Entered Variables Removed Method 1 X2b . Enter a. Dependent Variable: Y2 b. All requested variables entered. Model Summary Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .765a .585 .584 .41656 1.744 a.

Predictors: (Constant), X2 b. Dependent Variable: Y2 ANOVA Model Sum of Squares Df Mean Square F Sig. 1 Regression .439 1 .439 6.968 .045b Residual 4.667 73 .063 Total 5.106 74 a. Dependent Variable: Y2 b. Predictors: (Constant), X2 7 Coefficients Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. B Std. Error Beta 1 (Constant) 4.449 .573 7.764 .000 X2 .116 .054 .092 2.148 .009 a. Dependent Variable: Y2 7.

Regression ( $y_2 = b_0 + b_1x_2 + b_2y_1$ ) Variables Entered/Removed Model Variables

Entered Variables Removed Method 1 Y1, X2b . Enter a. Dependent Variable: Y2 b. All requested variables entered. Model Summaryb Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .872a .760 .758 .41714 1.746 a. Predictors: (Constant), Y1, X2 b. Dependent Variable: Y2 ANOVAa Model Sum of Squares Df Mean Square F Sig. 1 Regression .448 2 .224 3.612 .044b Residual 4.528 72 .062 Total .776 74 a. Dependent Variable: Y2 b.

Predictors: (Constant), Y1, X2 7 Collinearity Diagnosticsa Model Dimension Eigenvalue Condition Index Variance Proportions (Constant) X2 Y1 1 1 2.972 1.000 .00 .00 .00 2 .025 10.954 .02 .07 .81 3 .003 31.711 .98 .93 .18 a. Dependent Variable: Y2 Coefficientsa Model Unstandardized Coefficients Standardized Coefficients t Sig. Collinearity Statistics B Std. Error Beta Tolerance VIF 1 (Constant) 4.119 .682 6.040 .000 X2 .193 .068 .074 2.838 .008 .971 1.030 Y1 .160 .067 .106 2.388 .009 .971 1.030 a.

Dependent Variable: Y2

#### INTERNET SOURCES:

- <1% - <http://thecewekhot.blogspot.com/2014/12/contoh-skripsi-manajemen-lengkap.html>
- <1% - <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/25083/1/AZIZAH%20ULFAH%20HASIBUAN-FSH.pdf>
- <1% - <https://docplayer.info/96890-Fungsi-tambahan-accessories-use-terhadap-perubahan-penggunaan-lahan-perumahan-tesis.html>
- <1% - <http://gemalasar.blogspot.com/2016/06/proposalpenelitian-pengaruhgame-online.html>
- <1% - [http://ahmadnursanto98.blogspot.com/2013/01/menanamkan-kegemaran-shalat-pada-anak\\_6872.html](http://ahmadnursanto98.blogspot.com/2013/01/menanamkan-kegemaran-shalat-pada-anak_6872.html)
- <1% - <http://eprints.uns.ac.id/7737/1/144021308201008561.pdf>
- <1% - [http://www.academia.edu/8596682/BUKU\\_PEDOMAN\\_PENULISAN\\_KARYA\\_ILMIAH](http://www.academia.edu/8596682/BUKU_PEDOMAN_PENULISAN_KARYA_ILMIAH)
- <1% - <https://pt.scribd.com/doc/283509498/Contoh-Analisis-Pengembangan-Anak-Usia-Dini>
- <1% - <http://docplayer.info/32658727-Daftar-isi-bab-i-pendahuluan-latar-belakang-masalah-rumusan-masalah-tujuan-penelitian-manfaat-penelitian.html>
- <1% - <https://panji.web.id/files/skripsi/daftar-isi.doc>



<1% -  
<http://tensilatif31.blogspot.com/2012/07/contoh-makalah-skripsi-bab-1-sd-bab-3.html>  
<1% - <http://sosiologis.com/contoh-proposal-skripsi>  
<1% -  
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/66332/Chapter%20III-V.pdf?sequence=3&isAllowed=y>  
<1% - [http://eprints.undip.ac.id/31219/5/Bab\\_4.pdf](http://eprints.undip.ac.id/31219/5/Bab_4.pdf)  
<1% - <http://eprints.binus.ac.id/23873/1/2011-2-00723-MC%20Abstrak001.pdf>  
<1% -  
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/66519/Chapter%20III-VI.pdf?sequence=3&isAllowed=y>  
<1% - <http://e-journal.uajy.ac.id/2750/6/5EM16436.pdf>  
<1% -  
[http://contoh-contohskripsi.blogspot.com/2010/02/analisis-faktor-faktor-yang\\_3820.html](http://contoh-contohskripsi.blogspot.com/2010/02/analisis-faktor-faktor-yang_3820.html)  
<1% - <https://jurnalskripsisite.wordpress.com/category/skripsi-akuntansi/page/5/>  
<1% -  
<http://skripsidownloadgratis.blogspot.com/2012/06/file-arsip-skripsi-download-skripsi-esp.html>  
<1% - <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/58db97fba10cd4f47bfa6492eed1fa77.pdf>  
<1% -  
<http://jurnalakuntansi.petra.ac.id/index.php/aku/gateway/plugin/WebFeedGatewayPlugin/rss2>  
<1% - <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/JKM-09-2014-0391>  
<1% - <http://conferinta.management.ase.ro/archives/2015/pdf/75.pdf>  
<1% -  
[http://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/MPH-Modules/BS/BS704\\_Multivariable/BS704\\_Multivariable7.html](http://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/MPH-Modules/BS/BS704_Multivariable/BS704_Multivariable7.html)  
<1% - <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/LODJ-10-2015-0235>  
<1% - [http://www.iaeng.org/publication/WCE2013/WCE2013\\_pp1583-1588.pdf](http://www.iaeng.org/publication/WCE2013/WCE2013_pp1583-1588.pdf)  
<1% -  
<http://docplayer.info/33885895-Bab-i-pendahuluan-dalam-bentuk-simpanan-sedangkan-lembaga-keuangan-non-bank-lebih.html>  
<1% -  
<https://www.scribd.com/document/328384745/EKMA4116-Modul-1-konsep-dasar-dan-perkembangan-teori-manajemen>  
<1% - <https://docplayer.info/57893838-Pengantar-ilmu-manajemen.html>  
<1% -  
<http://bu-rini.blogspot.com/2016/02/proposal-tesis-managemen-sumber-daya.html>  
<1% -

[http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/82/4/ART\\_Lieli%20Suharti\\_Identifikasi%20Kesiapan%20Penerapan%20Knowledge%20Management\\_Full%20text.pdf](http://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/82/4/ART_Lieli%20Suharti_Identifikasi%20Kesiapan%20Penerapan%20Knowledge%20Management_Full%20text.pdf)

<1% -

<https://www.kompasiana.com/habsulnurhadi/552cc6de6ea834041b8b457a/kepemimpinan-dan-perubahan>

<1% - <http://rhyanana.blogspot.com/2012/12/jurnal-perilaku-konsumen.html>

<1% -

<http://admisibisnis.blogspot.com/2015/03/pengaruh-komitmen-organisasi-motivasi.html>

<1% -

<http://jufpinax11.blogspot.com/2011/05/pengaruh-teknik-relaksasi-napas-dalam.html>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/328485315/PENGARUH-KEPUASAN-KERJA-KOMPENSASI-DAN-PENGEMBANGAN-KARIR-TERHADAP-TURNOVER-INTENTION-KARYAWAN-BANK-SYARIAH-MANDIRI-CABANG-PADANG>

<1% -

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=306681&val=4187&title=Analisis%20Faktor-Faktor%20yang%20Mempengaruhi%20Tingkat%20Produksi%20Padi%20dan%20Jagung%20di%20Kabupaten%20Lamongan>

<1% - <https://www.scribd.com/document/275703271/kelompok-3-menpas>

<1% -

<https://docplayer.info/67680593-Pengaruh-sistem-informasi-akuntansi-gaya-kepemimpinan-dan-motivasi-kerja-terhadap-kinerja-karyawan-bagian-akuntansi-pada-pt.html>

<1% -

<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=123773&val=5548&title=PENGARUH%20IKLIM%20ORGANISASI%20DAN%20PENGEMBANGAN%20KARIR%20TERHADAP%20KEPUASAN%20KERJA%20KARYAWAN>

<1% - <https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/download/1394/1351>

<1% -

<http://eprints.ung.ac.id/5307/5/2013-1-14201-841409086-bab2-29072013091103.pdf>

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/305296433\\_ANALISIS\\_FAKTOR\\_YANG\\_MEMPENGARUHI\\_KEPUASAN\\_KERJA\\_AUDITOR\\_DAN\\_HUBUNGANNYA\\_DENGAN\\_KINERJA\\_DAN\\_KEINGINAN\\_BERPINDAH\\_KERJA\\_AUDITOR](https://www.researchgate.net/publication/305296433_ANALISIS_FAKTOR_YANG_MEMPENGARUHI_KEPUASAN_KERJA_AUDITOR_DAN_HUBUNGANNYA_DENGAN_KINERJA_DAN_KEINGINAN_BERPINDAH_KERJA_AUDITOR)

<1% - <https://lengkas.wordpress.com/page/3/>

<1% -

<http://syukronsmanela.blogspot.com/2014/02/kepemimpinan-transformal-transaksional.html>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/363584045/resume-Kepemimpinan-chapter-10>

<1% - <http://fabianuspekei.blogspot.com/2010/>

<1% - <https://www.scribd.com/document/332870776/teori-kepemimpinan>

<1% - <https://www.scribd.com/doc/101642973/Pertanyaan-1>

<1% - <https://www.scribd.com/doc/90831217/dasar-dasar-penyiaran-1>

<1% -  
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=194029&val=6513&title=Analisa%20Pengaruh%20Supply%20Chain%20Management%20terhadap%20Keunggulan%20Ber%20saing%20dan%20Kinerja%20Perusahaan>

<1% -  
<http://anggunfreeze.blogspot.com/2012/12/berbagai-jenis-strategi-di-tingkat-unit.html>

<1% - <https://www.scribd.com/document/385200517/Knowledge-Management-docx>

<1% - <http://yuki-ro.blogspot.com/2015/12/pengaruh-penerapan-iso-90002008.html>

<1% -  
[http://www.academia.edu/11488493/PENGARUH\\_KARAKTERISTIK\\_PIMPINAN\\_DAN\\_INOVASI\\_PRODUK\\_BARU\\_TERHADAP\\_KINERJA\\_PERUSAHAAN\\_UNTUK\\_MENCAPAI\\_KEUNGGULAN\\_BERSAING\\_BERKELANJUTAN](http://www.academia.edu/11488493/PENGARUH_KARAKTERISTIK_PIMPINAN_DAN_INOVASI_PRODUK_BARU_TERHADAP_KINERJA_PERUSAHAAN_UNTUK_MENCAPAI_KEUNGGULAN_BERSAING_BERKELANJUTAN)

<1% -  
<https://speunand.blogspot.com/2014/02/monopoli-monopsoni-dan-persaingan.html>

<1% - <http://cogito.unklab.ac.id/index.php/cogito/article/download/70/53>

<1% - [https://hanifoza.files.wordpress.com/2012/10/sesi\\_5\\_desain\\_penelitian.pdf](https://hanifoza.files.wordpress.com/2012/10/sesi_5_desain_penelitian.pdf)

<1% -  
<https://www.bi.go.id/id/publikasi/perbankan-dan-stabilitas/syariah/Documents/d7a8a2faf8204008a2881598fc66234cringseksumsel.pdf>

<1% -  
<http://abdullahasmidar.blogspot.com/2011/12/konsep-variabel-proposisi-asumsidan.html>

<1% - <https://koleksipengetahuan.wordpress.com/2010/03/01/>

<1% - <http://alamat.blogspot.com/2013/04/>

<1% -  
[https://alamat-kantor-bank.blogspot.com/2018/03/alamat-kantor-bank-mandiri-cabang\\_24.html](https://alamat-kantor-bank.blogspot.com/2018/03/alamat-kantor-bank-mandiri-cabang_24.html)

<1% -  
[http://contoh-contohskripsi.blogspot.com/2010/03/019-tanggapan-kelompok-suporter-persib\\_12.html](http://contoh-contohskripsi.blogspot.com/2010/03/019-tanggapan-kelompok-suporter-persib_12.html)

<1% -  
<http://www.lontar.ui.ac.id/file?file=digital/128328-T+26601-Analisis+persepsi-Methodologi.pdf>

<1% -  
<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/9785/Bab%20III%202007nsa1.pdf?sequence=8>

<1% - <http://pasca.ut.ac.id/journal/index.php/JAPB/article/download/61/61>  
<1% -  
<http://www.jsm-msmupr.com/wp-content/uploads/2015/05/WAJIB-TATI-JURNAL.pdf>  
<1% - <http://ejournalfia.ub.ac.id/index.php/profit/article/download/337/573>  
<1% -  
[http://www.academia.edu/7966136/PENGARUH\\_KUALITAS\\_PELAYANAN\\_DAN\\_LOKASI\\_TERHADAP\\_KEPUTUSAN\\_PEMBELIAN\\_DENGAN\\_VISUAL\\_MERCHANDISING\\_SEBAGAI\\_VAR\\_IABEL\\_MODERATING\\_STUDI\\_PADA\\_MINIMARKET\\_ALFAMART\\_DI\\_KOTA\\_SEMARANG\\_](http://www.academia.edu/7966136/PENGARUH_KUALITAS_PELAYANAN_DAN_LOKASI_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_DENGAN_VISUAL_MERCHANDISING_SEBAGAI_VAR_IABEL_MODERATING_STUDI_PADA_MINIMARKET_ALFAMART_DI_KOTA_SEMARANG_)  
<1% -  
<https://docplayer.info/31710100-Faktor-faktor-yang-mempengaruhi-sikap-konsumen-dan-minat-pembelian-produk-handbag-merek-tiruan-studi-pada-konsumen-wanita-di-kota-malang.html>  
<1% -  
<http://jasaskripsi77.blogspot.com/2015/11/analisis-regresi-data-panel-dengan.html>  
<1% -  
<https://docplayer.info/29549056-Pengolahan-data-dengan-regresi-linier-berganda-dengan-spss.html>  
<1% -  
<https://www.scribd.com/doc/238207508/Pengaruh-Budaya-Organisasi-Terhadap-Kinerja-Karyawan-Di-Kota-Bunga-Puncak>  
<1% -  
<https://johannessimatupang.wordpress.com/2010/03/08/manajemen-pemasaran-lanjutan-mjp220/>  
<1% -  
<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/119944-T%2025373-Analisis%20efektivitas-Analisis.pdf>  
<1% - <http://etheses.uin-malang.ac.id/691/8/10510110%20Bab%204.pdf>  
<1% - <https://www.scribd.com/document/387677248/BAB-IV-Nikita>  
<1% - <https://www.scribd.com/document/113017836/ECO-Airport-Terminal-3-Soeta>  
<1% -  
<http://yusufedi.blogspot.com/2012/10/penerapan-sistem-pakar-dalam-berbagai.html>  
<1% -  
<https://docplayer.info/37621-Pengaruh-latar-belakang-pendidikan-dan-pengalaman-kerja-terhadap-etos-kerja-karyawan-bank-bni-syariah-kantor-cabang-kediri.html>  
<1% -  
[http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/456/jbptunikompp-gdl-annisaluci-22773-6-unikom\\_a-v.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/456/jbptunikompp-gdl-annisaluci-22773-6-unikom_a-v.pdf)  
<1% - <https://www.slideshare.net/septianraha/strategi-pengembangan-ii>  
<1% - <http://penulisanlaporan.blogspot.com/2012/01/hasil-laporan-prakerin.html>  
<1% - <http://conanlovers2013.blogspot.com/2013/01/validitas-asesmen.html>  
<1% - <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/dedikasi/article/download/2285/2348>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/336687286/Cara-Mengolah-Data-SPSS-Dan-Cara-Membaca-Data>

<1% - <https://statistikceria.blogspot.com/2012/01/konsep-validitas-dan-realibilitas.html>

<1% -

[http://www.academia.edu/7966090/PENGARUH\\_KEDISIPLINAN\\_DAN\\_KETANGGAPAN\\_TERHADAP\\_KEPUASAN\\_PELANGGAN\\_DENGAN\\_KUALITAS\\_PELAYANAN\\_SEBAGAI\\_VARIABEL\\_INTERVENING\\_STUDI\\_PADA\\_HOTEL\\_DI\\_KABUPATEN\\_SEMARANG](http://www.academia.edu/7966090/PENGARUH_KEDISIPLINAN_DAN_KETANGGAPAN_TERHADAP_KEPUASAN_PELANGGAN_DENGAN_KUALITAS_PELAYANAN_SEBAGAI_VARIABEL_INTERVENING_STUDI_PADA_HOTEL_DI_KABUPATEN_SEMARANG)

<1% -

[http://www.academia.edu/8459580/ANALISIS\\_FAKTOR-FAKTOR\\_YANG\\_MEMPENGARUHI\\_MINAT\\_BELI\\_KONSUMEN\\_TERHADAP\\_LAYANAN\\_INTERNET\\_BANKING\\_MANDIRI\\_PROGRAM\\_STUDI\\_MAGISTER\\_MANAJEMEN\\_PROGRAM\\_PASCA\\_SARJANA\\_UNIVERSITAS\\_DIPONEGORO\\_SEMARANG\\_2008](http://www.academia.edu/8459580/ANALISIS_FAKTOR-FAKTOR_YANG_MEMPENGARUHI_MINAT_BELI_KONSUMEN_TERHADAP_LAYANAN_INTERNET_BANKING_MANDIRI_PROGRAM_STUDI_MAGISTER_MANAJEMEN_PROGRAM_PASCA_SARJANA_UNIVERSITAS_DIPONEGORO_SEMARANG_2008)

<1% - <http://www.academia.edu/36189492/artikel.doc>

<1% -

[http://xa.yimg.com/kq/groups/22276563/1755465102/name/Tesis\\_ade\\_firman\\_2009\\_FINAL.doc](http://xa.yimg.com/kq/groups/22276563/1755465102/name/Tesis_ade_firman_2009_FINAL.doc)

<1% -

[http://files.ictmmp0.webnode.com/200000013-4c5634d531/UJI\\_VALIDITAS\\_DAN\\_RELIABILITAS.pdf](http://files.ictmmp0.webnode.com/200000013-4c5634d531/UJI_VALIDITAS_DAN_RELIABILITAS.pdf)

<1% - <https://www.scribd.com/document/386938690/Chapter-III-V-pdf>

<1% - <https://pt.scribd.com/doc/59768026/KARTININGSIH>

<1% -

<https://docplayer.info/59861212-Pengaruh-kualitas-pelayanan-publik-terhadap-kepuasan-masyarakat-pada-dinas-kependudukan-dan-pencatatan-sipil-kota-semarang.html>

<1% - [http://eprints.undip.ac.id/40985/3/BAB\\_III.pdf](http://eprints.undip.ac.id/40985/3/BAB_III.pdf)

<1% - <http://repository.unib.ac.id/8831/2/IV%2CV%2CLAMP%2CII-14-mek.FK.pdf>

<1% -

[http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/579/jbptunikompp-gdl-andihasann-28931-11-unikom\\_a-v.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/579/jbptunikompp-gdl-andihasann-28931-11-unikom_a-v.pdf)

<1% - [http://www.academia.edu/11840893/Husen\\_Seminar](http://www.academia.edu/11840893/Husen_Seminar)

<1% -

[http://www.academia.edu/13864397/PENGARUH\\_VARIABEL\\_MOTIVASI DIRI\\_KEPEMIMPINAN\\_DAN](http://www.academia.edu/13864397/PENGARUH_VARIABEL_MOTIVASI DIRI_KEPEMIMPINAN_DAN)

<1% -

[http://www.academia.edu/9780458/Pengaruh\\_Personality\\_dan\\_Cognitive\\_terhadap\\_Intention\\_Menggunakan\\_Perangkat\\_Lunak\\_Basis\\_Data\\_pada\\_Mahasiswa\\_Vokasi\\_Komputerisasi\\_Akuntansi](http://www.academia.edu/9780458/Pengaruh_Personality_dan_Cognitive_terhadap_Intention_Menggunakan_Perangkat_Lunak_Basis_Data_pada_Mahasiswa_Vokasi_Komputerisasi_Akuntansi)

<1% -

<https://www.scribd.com/document/263090301/Pengaruh-Orientasi-Dan-Penempatan-T>

erhadap-Kinerja-Karyawan

<1% -

<https://docplayer.info/67948778-Analisis-pengaruh-kualitas-pelayanan-dan-citra-terhadap-kepuasan-mahasiswa-fakultas-ekonomi-universitas-nusantara-pgri-kediri.html>

<1% -

<http://jikti.bakti.or.id/updates/pengaruh-partisipasi-anggaran-dan-motivasi-terhadap-kinerja-manaj>

<1% -

[http://www.academia.edu/10494964/PENGARUH\\_GAYA\\_KEPEMIMPINAN\\_DAN\\_BUDAYA\\_ORGANISASI\\_TERHADAP\\_KINERJA\\_MANAJER\\_DAN\\_KEBERHASILAN\\_ORGANISASI\\_KOPERASI\\_UNIT\\_DESA\\_KUD\\_DI\\_DAERAH\\_ISTIMEWA\\_YOGYAKARTA\\_Oleh\\_Sugiharsono\\_Staf\\_Pengajar\\_FISE\\_UNY\\_Yogyakarta\\_Abstrak](http://www.academia.edu/10494964/PENGARUH_GAYA_KEPEMIMPINAN_DAN_BUDAYA_ORGANISASI_TERHADAP_KINERJA_MANAJER_DAN_KEBERHASILAN_ORGANISASI_KOPERASI_UNIT_DESA_KUD_DI_DAERAH_ISTIMEWA_YOGYAKARTA_Oleh_Sugiharsono_Staf_Pengajar_FISE_UNY_Yogyakarta_Abstrak)

<1% - <https://www.scribd.com/doc/86005112/Contoh-Penelitian-Sem>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/382311032/Analisis-Pengaruh-Kepuasan-Kerja-Dan-Motivasi>

<1% -

<https://docplayer.info/189182-Faktor-faktor-yang-mempengaruhi-efektivitas-pengendalian-intern-di-sektor-pemerintahan.html>

<1% -

[http://www.academia.edu/4071020/34698021\\_Pengaruh\\_Kepuasan\\_Kerja\\_Dan\\_Motivasi\\_Kerja\\_Terhadap\\_Kinerja\\_Karyawan\\_Pada\\_PT\\_Bank\\_Mandiri\\_Persero\\_Tbk\\_Cabang\\_Padang\\_Muara](http://www.academia.edu/4071020/34698021_Pengaruh_Kepuasan_Kerja_Dan_Motivasi_Kerja_Terhadap_Kinerja_Karyawan_Pada_PT_Bank_Mandiri_Persero_Tbk_Cabang_Padang_Muara)

<1% - <https://www.scribd.com/document/379673348/Alwiyah-Jamil-doc>

<1% -

<https://www.scribd.com/doc/283785227/Analisis-Kesiapan-Pemerintah-Dalam-Menerapkan-Standar-Akuntansi-Pemerintah-Berbasis-Akrual>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/241562838/Green-Marketing-Dan-Pengaruhnya-Terhadap-Keputusan-Pembelian-Melalui-Minat-Membeli-Produk-Organik-Studi-Pada-Pelanggan-Produk-Organik-Di-Kota-Manado>

<1% -

<https://bundaliainsidi.blogspot.com/2013/03/tabel-operasional-variabelkualitas.html>

<1% - <http://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/viewFile/151/185>

<1% -

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/66319/Chapter%20III-V.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

<1% - <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/4c0f0984ba54a9035c432da38a75aaa6.pdf>

<1% - <https://pt.scribd.com/doc/61058660/SKRIPSI-LENGKAP>

<1% - <http://makalah18.blogspot.com/2011/01/download-makalah-skripsi-tesis-dll.html>

<1% - <https://edudetik.blogspot.com/2014/01/>

<1% - <https://inspirasitabloid.wordpress.com/category/ekonomi/>

<1% - [http://eprints.undip.ac.id/56085/1/JURNAL\\_Pdf.pdf](http://eprints.undip.ac.id/56085/1/JURNAL_Pdf.pdf)

<1% - <https://kacar19th.wordpress.com/pengaruh-industri-kecil-menengah-terhadap-penyera-pan-tenaga-kerja-di-kabupaten-berau/>

<1% - <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/257/450>

<1% - <http://repository.unimus.ac.id/556/3/BAB%20II.pdf>

<1% - <http://anyflip.com/vyhe/fzyc/basic>

<1% - [http://pribadiarifprathama.blogspot.com/2013/05/makalah-pengantar-manajemen-motivasi\\_12.html](http://pribadiarifprathama.blogspot.com/2013/05/makalah-pengantar-manajemen-motivasi_12.html)

<1% - <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=194108&val=6513&title=Pengaruh%20Job%20Satisfaction%20terhadap%20Financial%20Performance%20melalui%20Employee%20Engagement%20dan%20Competitive%20Advantage%20sebagai%20Intervening%20Variable%20pada%20Perusahaan%20Manufaktur%20di%20Surabaya>

<1% - <https://es.scribd.com/doc/92811983/Sutedjo>

<1% - <https://marufbpbelo.blogspot.com/2015/05/laporan-pkl-iii-evaluasi-pelaksanaan.html>

<1% - [http://www.academia.edu/4915064/JURNAL\\_MANAJEMEN\\_BISNIS](http://www.academia.edu/4915064/JURNAL_MANAJEMEN_BISNIS)

<1% - <https://blog.mokapos.com/2015/06/10/kelebihan-dan-kekurangan-usaha-kecil-menengah/>

<1% - [https://datakata.files.wordpress.com/2015/01/naskah\\_05\\_215b-kom-e-asia5.doc](https://datakata.files.wordpress.com/2015/01/naskah_05_215b-kom-e-asia5.doc)

<1% - <http://ejournalfia.ub.ac.id/index.php/profit/article/download/307/565>

<1% - <https://www.marketing.co.id/kelebihan-dan-kekurangan-berbagai-media-periklanan/>

<1% - <http://arpantombili.blogspot.com/2010/11/korelasi-phbs-tatanan-rumah-tangga.html>

<1% - <https://digensia.wordpress.com/2012/03/15/statistik-deskriptif/>

<1% - <https://id.123dok.com/document/nzwvd51q-analisis-faktor-faktor-yang-mempengaruhi-likuiditas-pada-perusahaan-yang-terdaftar-di-bursa-efek-indonesia.html>

<1% - <https://www.scribd.com/document/361909612/Pengaruh-Profitabilitas-Leverage-Dan-Ukuran-Terhadap-Return-Saham>

<1% - [http://eprints.walisongo.ac.id/2698/5/102411130\\_Bab4.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/2698/5/102411130_Bab4.pdf)

<1% - [http://etheses.uin-malang.ac.id/1517/8/11410131\\_Bab\\_4.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/1517/8/11410131_Bab_4.pdf)

<1% - <https://www.scribd.com/document/385664003/aya-bab-4-docx-yyy>  
<1% -  
<https://docplayer.info/84545579-Pengaruh-kompetensi-independensi-dan-profesional-auditor-terhadap-kualitas-audit.html>  
<1% - <http://www.datakampus.com/2017/03/asumsi-klasik-analisis-regresi/>  
<1% - <http://mansenandyyy.blogspot.com/2011/03/analisis-regresi-berganda.html>  
<1% - <http://digilib.uinsby.ac.id/353/7/Bab%204.pdf>  
<1% - <http://eprints.stainkudus.ac.id/76/6/6.%20Bab%203.%20pdf.pdf>  
<1% - <http://sainsekonomi37.blogspot.com/2017/#!>  
<1% -  
<http://cowobungsu.blogspot.com/2012/06/macam-macam-regresi-dalam-spss.html>  
<1% - <https://www.slideshare.net/gooingmarry/modul-spss17>  
<1% -  
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/26329/Chapter%20III-V.pdf;sequence=3>  
<1% -  
[http://www.academia.edu/9658673/ANALISIS\\_PENGARUH\\_SUPPLY\\_CHAIN\\_MANAGEMENT\\_TERHADAP\\_KINERJA\\_PERUSAHAAN\\_Studi\\_Pada\\_Industri\\_Kecil\\_dan\\_Menengah\\_Makanan\\_Olahan\\_Khas\\_Padang\\_Sumatera\\_Barat](http://www.academia.edu/9658673/ANALISIS_PENGARUH_SUPPLY_CHAIN_MANAGEMENT_TERHADAP_KINERJA_PERUSAHAAN_Studi_Pada_Industri_Kecil_dan_Menengah_Makanan_Olahan_Khas_Padang_Sumatera_Barat)  
<1% -  
<https://docplayer.info/67309377-Pengaruh-implementasi-dimensi-relationship-marketing-dalam-upaya-meningkatkan-loyalitas-nasabah-pinjaman-kur-mikro-bri-cabang-unit-jekulo-kudus.html>  
<1% -  
<https://docplayer.info/68354864-Bab-iii-metode-penelitian-desain-penelitian-yang-dipakai-oleh-peneliti-di-dalam-penelitian-ini.html>  
<1% - <http://pasca.unhas.ac.id/jurnal/files/2633a9fe5ebd6ae62370d67b1ca0e94d.pdf>  
<1% - <https://www.scribd.com/document/360007004/1103506062-pdf>  
<1% - [http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/1006/pdf\\_179](http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/1006/pdf_179)  
<1% -  
<http://salim-lombe-watulea.blogspot.com/2011/04/pengaruh-motivasi-dan-kebiasaan-belajar.html>  
<1% -  
<https://datakata.files.wordpress.com/2015/01/artikel-suprانتiningrum-123-editan.doc>  
<1% -  
<https://dawaisimfoni.wordpress.com/karya-tulis-ilmiah-2/metodologi-penelitian/pengujian-hipotesis-regresi-dengan-t-hitung/>  
<1% -  
<http://muh94.blogspot.com/2016/05/cara-membaca-t-tabel-dan-dasar-pengambilan-keputusan-dalam-uji-t.html>



<1% -  
<https://anzdoc.com/jurnal-manajemen-bisnis-volume-1-nomor-3-september-2008-issn.html>  
<1% - <http://teguhsho.blogspot.com/>  
<1% - [http://www.academia.edu/35335341/Proposal\\_Penelitian](http://www.academia.edu/35335341/Proposal_Penelitian)  
<1% -  
<https://docplayer.info/70583598-Supriono-mahasiswa-program-studi-s1-ekonomi-islam-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-universitas-airlangga.html>  
<1% -  
<http://mohamadragam.blogspot.com/2013/11/dimensi-nilai-jasa-bank-terhadap.html>  
<1% - <https://jurnalimprovement.wordpress.com/tag/kepercayaan/>  
<1% - <http://repository.unand.ac.id/2242/1/3.doc>  
<1% -  
<https://www.scribd.com/document/269405303/analisis-pengaruh-pertumbuhan-ekonomi-inflasi-dan-pengangguran-terhadap-tingkat-kemiskinan-di-Indonesia>  
<1% -  
<https://pinayani.wordpress.com/2010/03/08/jurnal-pendidikan-ekonomi-dan-koperasi/>  
<1% - <http://manajemenringga.blogspot.com/2011/01/skripsi-analisis-pengaruh.html>  
<1% -  
<https://alvinburhani.wordpress.com/2011/01/02/dasar-pengukuran-ketidakpastian/>  
<1% -  
<https://es.scribd.com/doc/315551475/Analisis-Statistik-Teori-Dan-Aplikasi-Menggunakan-Spss-11-1>  
<1% -  
<http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/gateway/plugin/WebFeedGatewayPlugin/atom>  
<1% -  
<http://manajemenuhn.blogspot.com/2011/01/pemahaman-perilaku-organisasi.html>  
<1% - <https://irf4n.wordpress.com/>  
<1% -  
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=389429&val=338&title=MARK%20OUP%20MARGIN%20DAN%20IMPLIKASINYA%20PADA%20PEMBIAYAAN%20MURABAH%20DI%20BAITUL%20MAAL%20WATTAMWIL>  
<1% -  
[https://mafiadoc.com/pengaruh-motivasi-terhadap-kepuasan-kerja-dan-kualitas-pelayanan\\_59c6f60b1723ddb37196b3d1.html](https://mafiadoc.com/pengaruh-motivasi-terhadap-kepuasan-kerja-dan-kualitas-pelayanan_59c6f60b1723ddb37196b3d1.html)  
<1% - <https://danang651.wordpress.com/2010/02/>  
<1% -  
[http://www.academia.edu/16728611/PENGARUH\\_ETOS\\_KERJA\\_ISLAMI\\_DAN\\_GAYA\\_KEPEMIMPINAN\\_TERHADAP\\_KINERJA\\_KARYAWAN\\_RUMAH\\_MAKAN\\_AYAM\\_LEPAAS\\_LHOKSEUMAWE](http://www.academia.edu/16728611/PENGARUH_ETOS_KERJA_ISLAMI_DAN_GAYA_KEPEMIMPINAN_TERHADAP_KINERJA_KARYAWAN_RUMAH_MAKAN_AYAM_LEPAAS_LHOKSEUMAWE)

<1% - <http://docplayer.info/35297754-Editors-thank-you-note.html>  
<1% - <https://es.scribd.com/doc/314053500/akuntansi-2013>  
<1% -  
<https://docplayer.info/82757857-Pengaruh-produk-display-terhadap-minat-beli-studi-pada-transmart-plaza-medan-fair.html>  
<1% -  
<https://pt.scribd.com/doc/237749310/Jurnal-Ilmiah-PIO-Volume-1-No-1-Juni-2014>  
<1% -  
<http://www.readbag.com/jurnalmpmfeunja-files-wordpress-2009-01-vol1no12009revisi>  
<1% -  
[http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/650/jbptunikompp-gdl-dianseptia-32453-11-unikom\\_d-l.pdf](http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/650/jbptunikompp-gdl-dianseptia-32453-11-unikom_d-l.pdf)  
<1% - <https://pt.scribd.com/document/339897911/SNAV002>  
<1% - <https://masudumar.wordpress.com/2012/09/02/pengantarmas/>  
<1% -  
<https://docplayer.info/36044814-Analisis-faktor-gaya-kepemimpinan-transformasional-dan-transaksional-terhadap-komitmen-tenaga-kerja-umkm-yang-dimediasi-kepuasan-kerja.html>  
<1% - <http://manajemenringga.blogspot.com/2010/01/v-behaviorurldefaultvml-o.html>  
<1% -  
[https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/search?scope=&order=DESC&rpp=100&sort\\_by=0&page=43&query=Nugroho+J.+Setiadi&etal=0](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/search?scope=&order=DESC&rpp=100&sort_by=0&page=43&query=Nugroho+J.+Setiadi&etal=0)  
<1% - <https://www.scribd.com/doc/314700902/jurnal-manajemen-terbaru-pdf>  
<1% - <https://www.scribd.com/document/350406197/Tugas-Akhir-Beton-Styrofoam>  
<1% -  
<https://docplayer.info/44242413-Kinerja-jurnal-bisnis-dan-ekonomi-volume-20-no-2-september-2016.html>  
<1% -  
<https://docplayer.info/40369535-Analisa-hubungan-learning-organization-terhadap-competitive-advantage-dalam-meningkatkan-financial-performance-pada-sektor-perhotelan-di-jawa-timur.html>  
<1% - <https://jurnalimprovement.wordpress.com/category/sma-smk-dan-ma/page/2/>  
<1% - <http://stefficrist.blogspot.com/feeds/posts/default?orderby=updated>  
<1% -  
<http://admisibisnis.blogspot.com/2013/07/pembangunan-modal-sosial-pada-ikm.html>  
<1% -  
<https://www.scribd.com/document/370566186/Hubungan-Indeks-Massa-Tubuh-Dengan-Kadar-Kolesterol-Dan-Faktor-Faktor-Lain-Yang-Mempengaruhinya-Pada-Pengunjung-Puskesmas-Jelambar-II>  
<1% -

<http://thingsidojustbecause.blogspot.com/2011/01/kompetensi-manajer-rumah-sakit.html>

<1% - <http://indeksprestasi.blogspot.com/search/label/Skripsi>

<1% - [http://eprints.undip.ac.id/26210/1/Bab\\_I\\_Desertasi\\_Final.doc](http://eprints.undip.ac.id/26210/1/Bab_I_Desertasi_Final.doc)

<1% - <http://digilib.unila.ac.id/1561/10/BAB%20V.pdf>

<1% -

<http://docplayer.info/39204307-Membangun-pertautan-syariah-kaitannya-dengan-peningkatan-kinerja-karyawan-perbankan-syariah-di-kota-semarang-disertasi.html>

<1% - <https://muhfathurrohman.wordpress.com/tag/sekolah-bermutu/>

<1% -

[http://jurnalmepekonomi.blogspot.com/2010/05/analisis-faktor-faktor-yang\\_5660.html](http://jurnalmepekonomi.blogspot.com/2010/05/analisis-faktor-faktor-yang_5660.html)

<1% - <http://ut.pr/researchers/2015/PROGRAM-XII-Annual-Researchers-Meeting.pdf>

<1% -

[https://www.researchgate.net/profile/Hamidreza\\_Alipour2/publication/265990995\\_The\\_role\\_of\\_knowledge\\_management\\_in\\_the\\_achievement\\_of\\_competitive\\_advantage\\_A\\_case\\_study\\_of\\_Iran\\_Alborze\\_Insurance\\_Company\\_in\\_Western\\_Mazandaran/links/54afbb600cf29661a3d5d6f0.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Hamidreza_Alipour2/publication/265990995_The_role_of_knowledge_management_in_the_achievement_of_competitive_advantage_A_case_study_of_Iran_Alborze_Insurance_Company_in_Western_Mazandaran/links/54afbb600cf29661a3d5d6f0.pdf)

<1% - <http://www.emeraldinsight.com/doi/ref/10.1108/JABS-03-2014-0022>

<1% -

[http://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1860311](http://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1860311)

<1% - <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2017245.2017251>

<1% - <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0165551510375667>

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/276390386\\_Charismatic\\_and\\_Transformational\\_Leadership\\_Styles\\_A\\_Cross-Cultural\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/276390386_Charismatic_and_Transformational_Leadership_Styles_A_Cross-Cultural_Perspective)

<1% -

[https://www.researchgate.net/publication/35219658\\_An\\_Examination\\_of\\_the\\_Relationship\\_Among\\_Leadership\\_Behaviors\\_Knowledge\\_Sharing\\_and\\_Organization%27s\\_Marketing\\_Effectiveness\\_in\\_Professional\\_Service\\_Firms\\_that\\_Have\\_Been\\_Engaged\\_in\\_Strategic\\_Alliance](https://www.researchgate.net/publication/35219658_An_Examination_of_the_Relationship_Among_Leadership_Behaviors_Knowledge_Sharing_and_Organization%27s_Marketing_Effectiveness_in_Professional_Service_Firms_that_Have_Been_Engaged_in_Strategic_Alliance)

<1% -

[http://www.academia.edu/8678219/REVIEW\\_EFFECTS\\_OF\\_LEADERSHIP\\_STYLES\\_ON\\_QUALITY\\_OF\\_SERVICES\\_IN\\_HEALTHCARE](http://www.academia.edu/8678219/REVIEW_EFFECTS_OF_LEADERSHIP_STYLES_ON_QUALITY_OF_SERVICES_IN_HEALTHCARE)

<1% - <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1350507606073424>

<1% - <http://www.openpraxis.org/index.php/OpenPraxis/article/view/317>

<1% -

<http://etds.ltu.edu.tw/etdservice/detail?n=20&list=1%E3%80%812%E3%80%813%E3%80%814%E3%80%815%E3%80%816%E3%80%817%E3%80%818%E3%80%819%E3%80%8110%E3%80%8111%E3%80%8112%E3%80%8113%E3%80%8114%E3%80%8115%E3%80%8116%E3%80%8117%E3%80%8118%E3%80%8119%E3%80%8120>

80%8116%E3%80%8117%E3%80%8118%E3%80%8119%E3%80%8120%E3%80%81&etdun1=U0103-1401201615112400&etdun2=U0103-0302201611170100&etdun3=U0103-1201201616175200&etdun4=U0103-0801201609173600&etdun5=U0103-0406201516192500&etdun6=U0103-0706201514020300&etdun7=U0103-0806201515555000&etdun8=U0103-0806201508501500&etdun9=U0103-1106201514372900&etdun10=U0103-0107201515032100&etdun11=U0103-0901201515561200&etdun12=U0103-0501201521100600&etdun13=U0103-1407201516434400&etdun14=U0103-0402201512191000&etdun15=U0103-0502201509052300&etdun16=U0103-1307201509440900&etdun17=U0103-1307201510142000&etdun18=U0103-1307201510401500&etdun19=U0103-1307201512505900&etdun20=U0103-1307201513181400&&query\_field1=keyword&query\_word1=S&start=1&end=20

<1% -

<https://www.cambridge.org/core/books/corporate-social-strategy/BD64920788CD34F95BDEE2E2BD5755B9>

<1% - <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/LODJ-08-2014-0150>

<1% - <http://orinoquia.unillanos.edu.co/index.php/orinoquia/article/view/332/913>

<1% - <https://econpapers.repec.org/RePEc:eee:jomega:v:34:y:2006:i:2:p:107-124>

<1% -

<https://www.coursehero.com/file/p39gdf9/Podsakoff-P-M-MacKenzie-S-B-Moorman-R-H-Fetter-R-1990-Transformational-leader/>

<1% - <https://richtopia.com/effective-leadership/transformational-leadership>

<1% - <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=342261>

<1% - <https://www.scribd.com/document/257383304/1-s2-0-S0148296314002197-main>

<1% - <https://pubsonline.informs.org/doi/full/10.1287/orsc.1110.0688>

<1% - <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352250X15002432>

<1% - [http://www.academia.edu/28325444/tesis\\_tingkat\\_kepuasan\\_konsumen.pdf](http://www.academia.edu/28325444/tesis_tingkat_kepuasan_konsumen.pdf)

<1% - <https://nurmaherawatifaizal.wordpress.com/2014/10/23/kepemimpinan-visioner/>

<1% - <http://kampanye3s.blogspot.com/>

<1% -

<http://mooza-alkaz.blogspot.com/2013/01/makalah-manajemen-keuangan-pendidikan.html>

<1% - <http://kumpulantugasdili.blogspot.com/feeds/posts/default>

<1% - <https://www.scribd.com/document/207418156/Corr-3>

1% -

[http://faculty.winthrop.edu/sinnj/PYSC\\_301/SPSS\\_Guides/correlation\\_and\\_regression.pdf](http://faculty.winthrop.edu/sinnj/PYSC_301/SPSS_Guides/correlation_and_regression.pdf)

<1% -

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/57747/Appendix.pdf;sequence=1>

<1% - [http://web.pdx.edu/~newsomj/da1/ho\\_correlation%20t%20phi.pdf](http://web.pdx.edu/~newsomj/da1/ho_correlation%20t%20phi.pdf)

<1% - <https://www.scribd.com/document/207418159/Corr-2>

<1% - <http://eprints.ums.ac.id/13012/9/LAMPIRAN.pdf>  
<1% -  
[https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/27275/Lampiran\\_%20I10imh.pdf?sequence=11&isAllowed=y](https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/27275/Lampiran_%20I10imh.pdf?sequence=11&isAllowed=y)  
<1% - <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0003687018300139>  
<1% - <http://repository.wima.ac.id/11/6/Lampiran.pdf>  
<1% - <https://es.scribd.com/doc/266750995/unud-1227-1924960884-tesis>  
<1% - <https://www.scribd.com/document/140120522/obdr>  
<1% - <https://www.scribd.com/document/385885478/Appendix-pdf>  
<1% -  
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/56678/Appendix.pdf?sequence=1&isAllowed=y>  
<1% - <https://www.usaresearchwriters.com/statistics-4/>  
<1% -  
<https://www.scribd.com/document/388323280/Output-Hasil-Penelitian-31-Mei-2016>  
<1% - <http://repository.wima.ac.id/4815/7/LAMPIRAN.pdf>  
<1% - [http://ijaresm.net/Pepar/VOLUME\\_3/ISSUE\\_6/5.pdf](http://ijaresm.net/Pepar/VOLUME_3/ISSUE_6/5.pdf)  
<1% - <http://eprints.undip.ac.id/46726/10/C2.LAMPIRAN.pdf>  
<1% -  
<http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/8697/SKRIPSI%20LENGKAP-FEB-MANAJEMEN-MUHAMMAD%20ERYAN%20HAEDIWAN.doc?sequence=1>  
<1% - <https://www.scribd.com/document/374669351/An-Alisa>  
<1% -  
[http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Jurnal%20Lyana%20\(08-29-17-01-34-56\).doc](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2017/08/Jurnal%20Lyana%20(08-29-17-01-34-56).doc)  
<1% -  
<http://chemrjuwita.blogspot.com/2011/05/pembahasan-tugas-mandiri-regresi.html>