

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Customer Fokus

A. Pengertian Customer Fokus

Customer Focus adalah sebuah strategi yang diterapkan oleh perusahaan agar dapat melayani pelanggan secara lebih baik. Perusahaan dapat mendefinisikan pelanggan yang akan dilayani sehingga dapat memahami kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Perusahaan juga harus mendengar suara pelanggan, baik yang ingin memberikan masukan maupun keluhan (Tandjung, Jenu Widjaja, 2005).

Customer focus dalam budaya perusahaan adalah nilai inti yang mewujudkan sikap selalu mengutamakan kepuasan pelanggan. Nilai ini terwujud dalam sikap kerja melayani dan tangguh. Perilaku utama dalam nilai inti customer focus adalah melayani dan tangguh.

Melayani : Melayani pelanggan secara inovatif sehingga memuaskan pelanggan dan tak bisa ditiru pesaing, berinteraksi dengan ramah, santun, dan hormat serta proaktif dalam mengidentifikasi kebutuhan serta keinginan pelanggan. Bila pelanggan ada keluhan, insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Khususnya di Terminal Penumpang Semarangmenanganinya secara responsif dan profesional.

Tangguh : Insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Khususnya di Terminal Penumpang Semarangbersikap tangguh baik dalam rangka melayani maupun menangani keluhan

pelanggan dengan rasa percaya diri serta tegas dalam menjalankan sistem dan prosedur yang ada. Bersikap sabar dalam berinteraksi, tekun dan bekerjasama dengan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan tercapai. Insan ini selalu melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap pelayanan yang telah dilakukan.

B. Karakteristik Customer Fokus

Karakteristik organisasi yang sukses dalam membentuk customer fokus, yaitu : (Ibid, hlm 109)

- 1) Visi, komitmen dan suasana
- 2) Penjajaran dengan pelanggan
- 3) Mengatasi dan mengidentifikasi permasalahan pelanggan
- 4) Memanfaatkan informasi dari pelanggan
- 5) Mendekati para pelanggan
- 6) Kemampuan, kesanggupan dan pemberdayaan pegawai
- 7) Penyempurnaan produk jasa dan proses secara terus-menerus

Ketujuh karakteristik tersebut dapat digunakan sebagai pedoman dan membentuk customer fokus. Pada tahap awal setiap organisasi perlu melakukan analisis diri, dalam analisis ini akan ditentukan karakteristik mana yang sudah dan belum ada dalam organisasi. Organisasi perlu mewujudkan karakteristik yang belum ada tersebut sehingga customer fokus dapat terbentuk.

Organisasi harus bisa mengimplementasikan kualitas jasa di perusahaannya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Karena dalam hal ini konsumen dilindungi oleh Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (Rambat Lupiyadi dan Hamdani A, 2009).

C. Dimensi dalam Customer Fokus

Customer fokus mempunyai pengertian suatu perusahaan memiliki perhatian yang besar terhadap pelanggan tersebut dan terus-menerus memberikan nilai tambah melalui penawaran khusus (Sheth al,2000 dan Vandermerwe, 2004).

Customer Fokus mencakup empat dimensi, yaitu :

- 1) Pemasaran terpusat pada pelanggan
- 2) Identifikasi nilai pelanggan
- 3) Personalisasi
- 4) Pemasaran interaktif

Dengan adanya customer fokus akan meningkatkan kepuasan pelanggan, karena perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan pelanggan yang puas akan loyal terhadap perusahaan (Butler, 2004). Dengan kata lain customer fokus merupakan perhatian yang besar terhadap pelanggan dan terus-menerus memberikan nilai tambah melalui penawaran khusus baik berupa produk maupun layanan yang mengutamakan pelanggan.

Pemasaran yang terpusat pada pelanggan adalah usaha untuk memahami dan memuaskan kebutuhan, keinginan dan sumber daya dari pelanggan potensial (Sheth et al, 2000). Dengan memahami hal tersebut diharapkan perusahaan dapat menciptakan nilai dan meningkatkan kepuasan bagi pelanggan.

D. Aspek Aktivitas Dalam Customer Fokus

Fokus pada pelanggan mencakup dua aspek aktivitas (Dawes, 200 dalam Tjiptono, 2006) yaitu :

- 1) Analisis pelanggan
- 2) Daya tanggap terhadap pelanggan

Dalam penerapan *marketing relationship strategi (MRS)* di dunia bisnis, customer fokus merupakan hal yang penting guna keberhasilan strategi ini. Perusahaan yang tidak menerapkan customer fokus tidak akan bisa memahami apa yang diinginkan pelanggan dan hal ini akan mengurangi tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas pelanggan.

2.1.2 Kepedulian

A. Kepedulian Karyawan

Karyawan merupakan lini depan perusahaan yang mampu menentukan maju atau mundurnya perusahaan. Sikap karyawan yang peduli akan konsumennya akan memberikan point tersendiri dimata konsumennya. Oleh karena itu kepedulian karyawan sangatlah di butuhkan oleh perusahaan masa kini. Kepedulian karyawan akan konsumennya dapat diwujudkan dengan pemberian jasa atau layanan yang memuaskan terhadap konsumen, sehingga konsumen dapat melakukan pembelian produk berulang-ulang (*repeat buying*).

Jasa atau layanan adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa dapat dikaitkan dengan produk fisik, tetapi bisa juga tidak dikaitkan (Kotler & Keller, 2009). Untuk membangun suatu organisasi yang berorientasi pada pelanggannya, maka setidaknya ada tiga hal yang harus diperhatikan, yaitu pelayanan kepada konsumen, kualitas jasa dan pemasaran jasa.

Kenichi Ohmae (Ferdinand, A.T., 2000, p.4) juga mengemukakan bahwa pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan melalui berbagai pendekatan yang memfokus pada pengembangan diferensiasi atau penciptaan berbagai "*point of differentiation*" dilakukan bukan hanya untuk menyamai "*value*" yang dihasilkan oleh pesaing bagi pelanggannya, tetapi juga untuk menyajikan nilai lebih atau "*superior value*" yang diperoleh melalui berbagai pengembangan inovatif. Karena itu sasaran pengembangan strategi adalah menghasilkan "*superior value*" atau pelayanan pelanggan yang lebih baik dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Perusahaan yang unggul dalam pemberian jasa akan mendapatkan sebuah keunggulan kompetitif yang mendasar.

B. Pengertian Kepedulian

Kepedulian pegawai adalah persepsi bagaimana para pegawai dalam melayani konsumen. Layanan pelanggan meliputi segala segala macam bentuk penyajian pelayanan, tindakan, dan informasi yang diberikan oleh pegawai untuk meningkatkan kemampuan pelanggan dalam mewujudkan nilai potensial yang terkandung dalam jasa inti yang digunakan pelanggan (Tjiptono, 1997).

Care dalam budaya perusahaan adalah nilai inti yang mewujudkan sikap terdepan dalam kepedulian kepada pemangku kepentingan dan lingkungan. Nilai ini terwujud dalam sikap kerja peka dan sigap. Perilaku utama dalam nilai inti Care adalah peka dan sigap.

Peka : Insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas pada Terminal Penumpang Semarang peka terhadap perubahan keinginan pemangku kepentingan (stakeholder) dan permasalahan

lingkungan hidup, karena selalu tanggap akan situasi yang terjadi di sekitarnya. Selain itu, insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Khususnya di Terminal Penumpang Semarang selalu berinisiatif untuk menjadi yang terdepan dalam kepedulian kepada pemangku kepentingan dan lingkungan melalui proses belajar berkelanjutan.

Sigap : Insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Khususnya di Terminal Penumpang Semarang selalu sigap yakni dengan siap sedia menjalankan tugas, cekatan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi, dan tangkas dalam melakukan tindakan nyata. Insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Khususnya di Terminal Penumpang Semarang mampu memberi solusi terkait permasalahan yang muncul baik dalam lingkungan usaha maupun lingkungan hidup.

2.1.3 Integritas

A. Pengertian Integritas Dalam Kepemimpinan

Dalam upaya untuk jadi seorang pemimpin, seseorang harus memiliki pengikut dan untuk memiliki pengikut, seseorang harus memiliki rasa percaya. Tetapi syarat tertentu bagi seorang pemimpin adalah integritas, tidak ada kesuksesan yang mungkin, tidak peduli apakah dalam kelompok, lapangan sepak bola, pasukan atau dikantor. Bila rekan-rekan orang tersebut menemukannya bersalah, atau kekurangan integritas maka ia akan gagal.

Pengajaran dan tindakannya harus adil terhadap satu sama lain. Oleh karena itu, syarat utama seorang pemimpin adalah integritas dan tujuan yang tinggi. Jika seseorang memiliki integritas kata-kata dan tindakannya sesuai, tidak peduli dimana ia berada dan bersama siapa.

Seseorang yang memiliki integritas adalah manusia yang utuh, mereka dapat diidentifikasi oleh pemikiran tunggal mereka. Orang dengan integritas tidak menyembunyikan sesuatu dan tidak gentar terhadap apapun juga, hidup mereka seperti buku yang terbuka.

Integritas bukanlah apa yang kita lakukan tetapi siapa kita dan sebaliknya kita menentukan apa yang kita lakukan. System nilai menetapkan prioritas dalam hidup kita dan menentukan apa yang kita terima atau kita tolak. Berdasarkan pendapat beberapa ahli tentang integritas, maka dapat disimpulkan bahwa integritas dalam suatu kepemimpinan adalah suatu perilaku yang utuh, konsisten dan komitmen dari seorang pemimpin dalam perkataan sama dengan tindakannya, memiliki kemampuan dan system nilai yang dianutnya, yang ditampakkan dalam sikap hidupnya sehari-hari dimanapun dia berada dan dengan siapapun terutama dalam tugas dan fungsinya sebagai pemimpin.

B. Persepsi Integritas

Integritas adalah suatu komitmen pribadi yang teguh terhadap prinsip ideologi yang etis dan menjadi bagian dari konsep diri yang ditampilkan melalui perilakunya (dikutip dalam Schlenker, 2008). Bernard Williams, Harcourt(1998) setuju bahwa integritas berarti suatu situasi dimana orang terikat dengan apa yang orang lain anggap sebagai sesuatu yang etis dan berharga

Furrow (2005) mengungkapkan perspektif yang unik pada integritas dan melihatnya sebagai sejauh mana berbagai komitmen dapat membentuk sesuatu yang harmonis dan utuh. Ia juga mengembangkan tentang konsep Integritas dengan mencatat bahwa memiliki integritas berarti menjadi mampu hidup sesuai dengan komitmen secara konsisten.

Schlenker (2008) mengungkapkan ada 3 aspek yang digunakan dalam pengukuran integritas, yaitu :

1) Perilaku berprinsip

Perilaku yang didasarkan pada prinsip-prinsip yang etis dan sesuai dengan nilai moral

2) Komitmen teguh pada prinsip-prinsip meski ada keuntungan maupun tekanan.

Adanya komitmen untuk tetap berpegang pada prinsip yang telah dipegang meskipun ada tekanan dari pihak lain maupun tawaran keuntungan pribadi

3) Keengganan untuk merasionalisasi perilaku berprinsip

Tetap berkomitmen dan tidak melakukan tawar-menawar terhadap prinsip yang telah dipegang meski dalam situasi dan kondisi tertentu

Persepsi dalam hal ini diidentifikasi sebagai penafsiran terhadap sesuatu obyek melalui indrawi dipengaruhi faktor-faktor internal dan eksternal yang sifatnya sangat individual. Persepsi ditentukan oleh factor personal dan situasional yang merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap individu dalam memahami informasi tentang lingkungannya baik melalui indera penglihatan, pendengaran dan penghayatan, perasaan, penciuman. Kunci untuk memahami persepsi

adalah terletak pada pengenalan bahwa persepsi tersebut merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi dan bukannya pencatatan yang selalu benar terhadap situasi.

C. Perilaku Utama Dalam Integritas

Integrity adalah nilai inti yang mewujudkan sikap berpikir, berkata dan berperilaku terpuji, menjaga martabat serta menjunjung tinggi etika. Nilai ini terwujud dalam sikap kerja disiplin dan tanggung jawab. Perilaku utama dalam nilai inti Integrity adalah disiplin dan tanggung jawab.

Disiplin : Insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Khususnya di Terminal Penumpang Semarang disiplin dalam menjalankan tugasnya karena taat aturan, jujur, adil dan terbuka, serta konsisten baik dalam setiap ucapan maupun tindakan. Tanpa disiplin pegawai yang baik, sulit bagi organisasi perusahaan atau instansi mencapai hasil yang optimal.

Tanggung jawab : Insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Khususnya di Terminal Penumpang Semarang melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab, baik dari segi hasil maupun proses karena didasari sikap amanah (komitmen). Insan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Khususnya di Terminal Penumpang Semarang selalu bersungguh-sungguh dalam bekerja menjada nilai-nilai etika, selalu produktif dalam setiap kegiatan serta tuntas dalam bekerja.

2.1.4 Pencapaian Visi Misi Perusahaan

A. Pengertian Visi dan Misi

Kreitner dan Kinicki (2001) menyatakan Visi organisasi adalah tujuan jangka panjang yang mendeskripsikan image yang diinginkan organisasi. Visi setiap organisasi tentulah berupa image yang baik dan mampu bertahan dalam segala bentuk perubahan lingkungan diluar organisasi. Visi organisasi ditetapkan untuk jangka panjang dan hanya dapat dicapai jika pegawai dapat memahami visi organisasi

Misi organisasi menurut Kreitner dan Kinicki (2001) adalah sekumpulan alasan keberadaan sebuah organisasi. Dalam membahas misi organisasi haruslah mampu membedakannya dengan visi organisasi, Misi organisasi boleh lebih dari satu, karena organisasi terdiri dari berbagai unsure kelompok manusia dengan berbagai kepentingan yang menyertainya. Menurut Locke, Shaw, Saari dan Latham (1981) mendefinisikan tujuan organisasi sebagai suatu pencapaian yang ingin diraih oleh organisasi.

Keterlibatan semua anggota organisasi sesuai perannya, dalam proses penyusunan visi dan misi organisasi telah menjadi sebuah kebutuhan. Kebutuhan akan jaminan kesuksesan pencapaian visi dan misi. Visi Misi yang disusun tanpa melibatkan seluruh anggota organisasi akan membutuhkan adaptasi dan sosialisasi, yang pada akhirnya akan memperlambat dan menghambat pencapaian visi dan misi organisasi.

Dalam setiap visi misi organisasi harus rinci menggambarkan program strategis organisasi, program tahunan dan rencana kegiatan tahunan. Program strategis organisasi sesuai dengan upaya pencapaian visi misi organisasi. Program tahunan organisasi haruslah mengacu pada

program strategis organisasi. Penyusunan rencana kegiatan tahunan haruslah sesuai dengan tugas pokok dan fungsi organisasi. Seluruh anggota organisasi memahami rencana kegiatan tahunan dan bekerja sesuai rencana kegiatan tahunan tersebut.

B. Visi Misi PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Tanjung Emas Semarang

Visi pada perusahaan PT. Pelabuhan Indonesia III (Persero) cabang Semarang, studi pada Terminal Penumpang Semarang adalah “Menjadi pelaku penyedia jasa kepelabuhan yang prima, berkomitmen memacu integrasi logistik Nasional”.

Sedangkan Misi perusahaan PT. Pelabuhan Indonesia III cabang Semarang, khususnya di Terminal Penumpang Semarang yaitu :

1. Menjamin penyediaan jasa pelayanan prima melampaui standar yang berlaku secara konsisten.
2. Memacu kesinambungan daya saing industri Nasional melalui biaya logistik yang kompetitif.
3. Memenuhi harapan semua stakeholders melalui prinsip kesetaraan dan tata kelola perusahaan yang baik.
4. Menjadikan SDM yang berkompeten, berkinerja handal dan berbudi pekerti luhur.
5. Mendukung perolehan devisa Negara dengan memperlancar arus perdagangan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh budaya perusahaan terhadap pencapaian visi misi perusahaan. Diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Nama Penulis	Variabel dan Indikator	Teknik Analisa	Hasil Penelitian
1	Pengaruh pelatihan dan budaya organisasi terhadap pencapaian visi misi PT. PELINDO I cabang Pekanbaru tahun 2012 (Lola Sillvayana)	- Variabel Independen: pelatihan, budaya organisasi - Variabel dependen: pencapaian visi misi - Indikator : X1: Pelatih, peserta, materi, metode, tujuan. X2 : Customer focus, Integrity, Profesionalism, Team work	Regresi linier berganda	Pelatihan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi Budaya organisasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi pelatihan dan budaya organisasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi.

2	<p>Pengaruh pemahaman budaya organisasi terhadap pencapaian visi misi dan tujuan organisasi pada pegawai bidang penganggaran, Tahun 2012 (Jack Febriand Adel, SE., MSI., Akt)</p>	<p>- Variabel Independen: budaya organisasi</p> <p>- Variabel dependen : Pencapaian visi misi dan tujuan organisasi</p> <p>- Indikator: Customer focus, care, integritas</p>	<p>Regresi linier</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperdugakan pemahaman budaya organisasi berpengaruh positif terhadap pencapaian visi misi dan tujuan organisasi</p>
3	<p>Pengaruh Integritas, objektivitas, kerahasiaan dan kompetensi terhadap pencapaian visi misi aparat pengawasan internal pemerintah pada inspektorat Aceh, tahun 2012. (Cut Erina, Darwanis, Basri Zein)</p>	<p>- Variabel Independen: integritas, objektivitas, kerahasiaan dan kompetensi</p> <p>- Variabel dependen: pencapaian visi misi</p> <p>- Indikator : X1: Jujur, berani, bijaksana dan tanggung jawab.</p>	<p>Regresi linier berganda</p>	<p>Integritasberpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi aparat pengawasan internal pemerintah.</p> <p>Obyektivitas ber pengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi aparat pengawasan internal pemerintah.</p>

		<p>X2 : Kualitas</p> <p>X3 : Prinsip, perilaku</p> <p>X4 : Mutu personal, pengetahuan umum, dan keahlian khusus</p>		<p>Kerahasiaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi aparat pengawasan internal pemerintah.</p> <p>Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi aparat pengawasan internal pemerintah.</p>
4	<p>Analisis pengaruh kemenarikan desain produk, persepsi harga, dan kepedulian karyawan terhadap pencapaian visi misi pada optic beta semarang. Tahun</p>	<p>- Variabel Independen: kemenarikan desain produk, persepsi harga, dan kepedulian</p> <p>- Variabel dependen: pencapaian visi misi</p>	<p>Regresi linier berganda</p>	<p>Kemenarikan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi Optik beta Semarang</p> <p>Persepsi harga berpengaruh positif terhadap pencapaian</p>

	2013 (Nurul Latifah)			visi misi Optik Beta Semarang Kepedulian karyawan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi Optik Beta Semarang.
5	Pengaruh kepemimpinan, kerjasama tim dan focus pada pelanggan terhadap pencapaian visi misi di PT. Bank BPD DIY cabang syari'ah Cik Ditiro Yogyakarta, tahun 2014 (Zainal Arifin)	- Variabel Independen: kepemimpinan, kerjasama tim dan focus pada pelanggan - Variabel dependen: pencapaian visi misi	Regresi linier berganda	Kepemimpinan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi PT. Bank BPD DIY Cabang syari'ah Cik Ditiro Kerjasama tim tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi PT. Bank BPD DIY

				<p>Cabang syari'ah Cik Ditiro</p> <p>Fokus pada pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi PT. Bank BPD DIY Cabang syari'ah Cik Ditiro</p> <p>Secara simultan kepemimpinan, kerjasama tim dan fokus pada pelanggan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pencapaian visi misi PT. Bank BPD DIY Cabang syari'ah Cik Ditiro.</p>
--	--	--	--	--

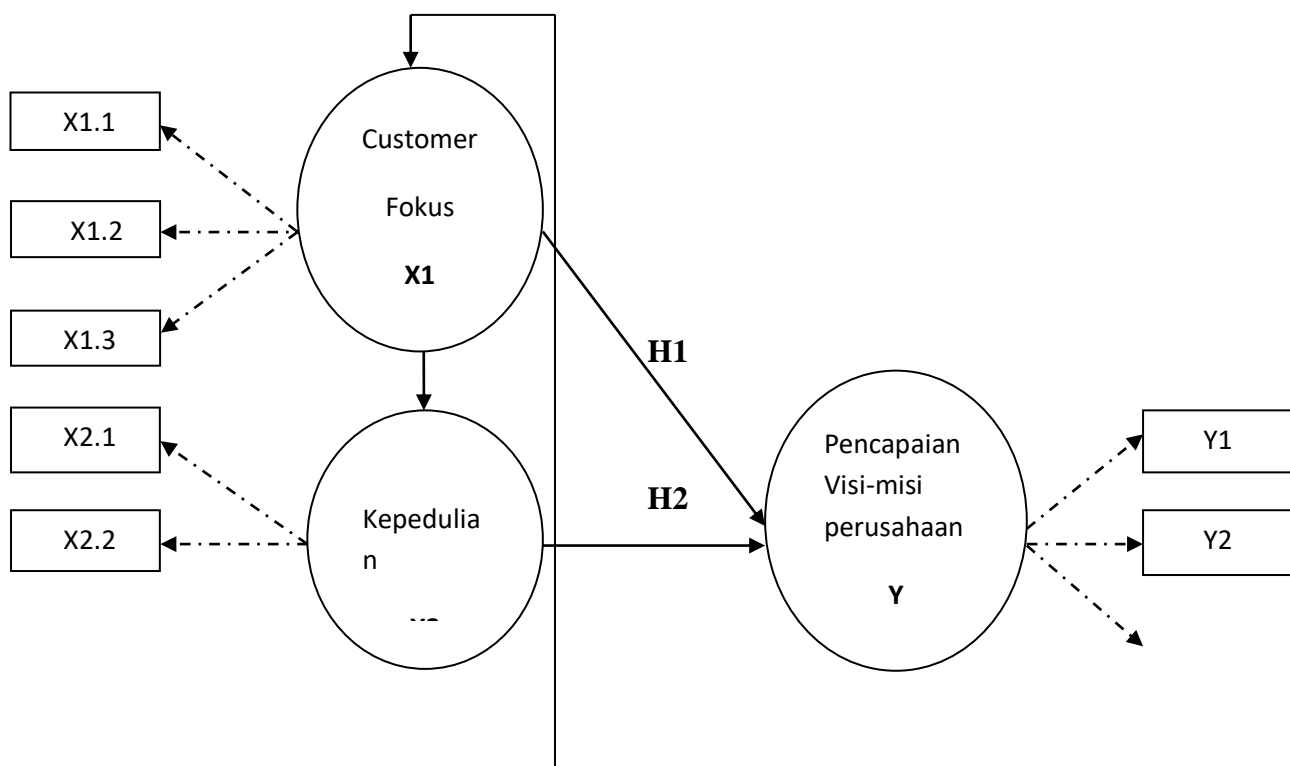
Sumber : Jurnal yang di publikasikan

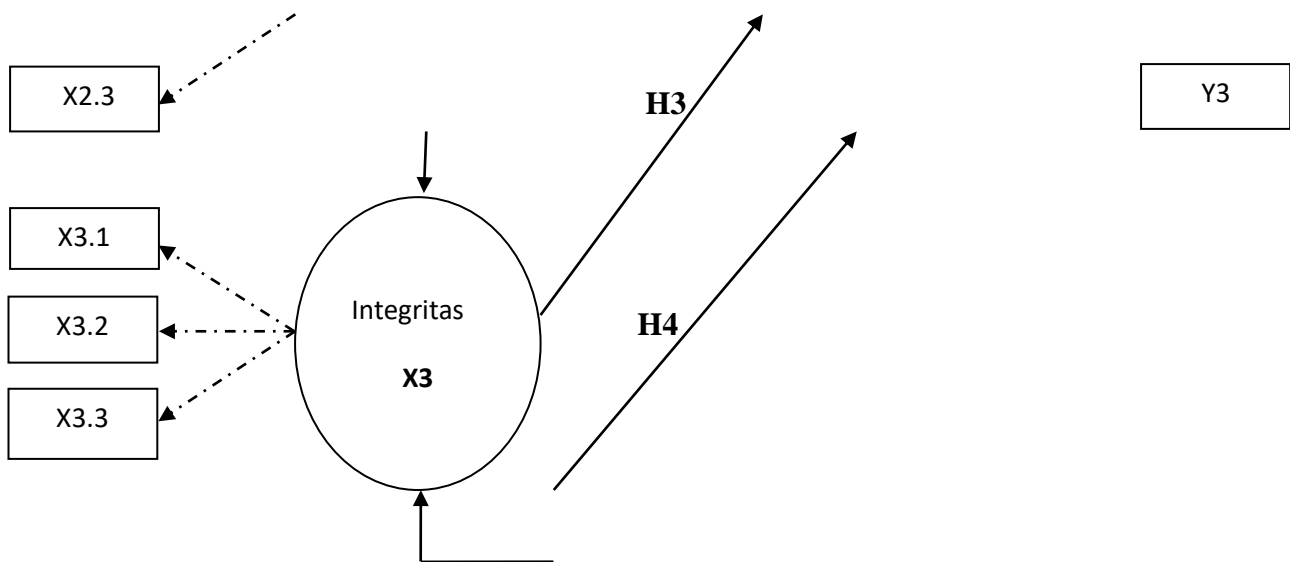
Dasar atau acuan – acuan yang berupa teori – teori atau temuan – temuan melalui hasil berbagai penelitian sebelumnya merupakan hal yang sangat perlu dan dapat dijadikan sebagai data pendukung. Salah satu data pendukung yang perlu dijadikan bagian tersendiri adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Dalam hal ini fokus penelitian terdahulu yang dijadikan acuan adalah terkait dengan masalah pencapaian visi misi.

Berdasarkan hasil – hasil penelitian yang telah dilakukan dari jurnal – jurnal yang diambil melalui internet menyatakan bahwa variabel pencapaian visi misi dipengaruhi variabel – variabel lain. Variabel pencapaian visi misi juga mempunyai beberapa sub variabel atau komponen – komponen yang terdapat dalam variabel pencapaian visi misi. Sub – sub variabel dalam variabel pencapaian visi misi ini sekaligus akan menjadi acuan dalam membuat instrumen yang diturunkan kedalam butir – butir pertanyaan untuk disebarakan kepada responden.

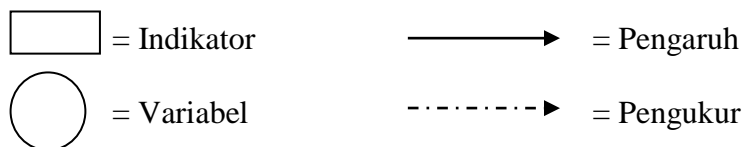
2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu tinjauan mengenai apa yang diteliti yang dituangkan dalam sebuah bagan yang menjadi alur pemikiran penelitian.





Keterangan :



H = Hipotesis

X₁ = Customer Focus

X_{1.1} = Pelayanan yang inovatif

X_{1.2} = Membina hubungan baik dengan pelanggan

X_{1.3} = Menjalinkan kerjasama dengan pelanggan

Sumber (Rima Nurhayati Utami,2005)

X₂ = Kepedulian Pegawai (care)

X_{2.1} = Sikap pegawai terhadap pelanggan

X_{2.2} = Daya tanggap pegawai terhadap keluhan pelanggan

X_{2.3} = Penguasaan pelayanan jasa oleh pegawai

Sumber (Rambat Lupiyoadi,2001)

X₃ = Integritas Pegawai

X_{3.1} = Tanggung Jawab

X_{3.2} = Jujur

X_{3.3} = Bijaksana

Sumber (Sukriah 2009 dalam penelitian Ayuningtyas,2012)

Y = Visi Misi Perusahaan

Y₁ = Menjamin penyediaan jasa yang Prima

Y₂ = Memacu kesinambungan daya saing industry nasional

Y₃ = Menjadikan SDM yang berkompeten, berkinerja handal dan berbudi pekerti
luhur

Sumber (Buku Terminal Penumpang Cabang Tanjung Emas, 2014)

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul (Suharsimi Arikunto, 2006:71). Pada penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

- a. Diduga variabel customer focus berpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian variabel visi misi perusahaan pada PT. Pelabuhan Indonesia III cabang Semarang, studi pada Terminal Penumpang Semarang.
- b. Diduga variabel kepedulian berpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian variabel visi misi perusahaan pada PT. Pelabuhan Indonesia III cabang Semarang, studi pada Terminal Penumpang Semarang.
- c. Diduga variabel integritas pegawai berpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian variabel visi misi perusahaan pada PT. Pelabuhan Indonesia III cabang Semarang, studi pada Terminal Penumpang Semarang.
- d. Diduga variabel customer focus, kepedulian, dan integritas pegawai secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pencapaian

variabel visi misi perusahaan pada PT. Pelabuhan Indonesia III cabang Semarang, studi pada Terminal Penumpang Semarang.