

RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMERS PARTICIPATION AND INTERPERSONAL TRUST WITH COFFEE SHOP X INNOVATIVE WORK BEHAVIOR

Dian Kusumarini Anggiyatna

Psychology

Contributor:

Dr. Drs. V. Heru Hariyanto, M.Si

Dr. Laurentia Verina Halim, M.M

The development of the coffee world is getting faster and more competition is emerging in this business world. There are so many coffee shops that offer the best products and services to customers to make them comfortable with their place of business. But customers will still try to choose where they can position themselves comfortably. This is one of the challenges for coffee shop X workers to be able to keep trying to come up with new ideas obtained from the workplace environment or even from their customers. This study aims to examine the relationship between customer participation and interpersonal trust on the innovative work behavior of coffee shop workers X. The number of subjects in this study amounted to 100 people. The subjects in this study were workers from coffee shop X, male and female, and there was no age limit. The sampling technique used is accidental sampling. The results of the correlation test using Spearman Correlation get a value of 0.316 with a significance of 0.000 for the customer participation variable, and 0.351 with a significance of 0.001 for the interpersonal trust variable. From these results it is concluded that the interpersonal trust variable has more influence and is related to innovative work behavior, besides that customer participation and interpersonal trust are simultaneously related to innovative work behavior.

Keywords: *innovative work behavior, customer participation, interpersonal trust*

HUBUNGAN ANTARA PARTISIPASI PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN INTERPERSONAL DENGAN PERILAKU KERJA INOVATIF KEDAI KOPI X

Dian Kusumarini Anggiyatna

Psychology

Contributor:

Dr. Drs. V. Heru Hariyanto, M.Si

Dr. Laurentia Verina Halim, M.M

Perkembangan dunia kopi semakin pesat semakin banyak persaingan yang muncul di dunia bisnis ini. Banyak sekali kedai kopi yang menawarkan produk dan servis terbaiknya kepada pelanggan agar dapat nyaman dengan tempat usaha mereka. Tetapi pelanggan akan tetap berusaha memilih dimana mereka bisa menempatkan dirinya nyaman. Hal ini menjadi salah satu tantangan bagi para pekerja kedai kopi X untuk dapat tetap berusaha memunculkan ide-ide barunya yang diperoleh dari lingkungan tempat kerja atau bahkan dari pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan partisipasi pelanggan dan kepercayaan interpersonal terhadap perilaku kerja inovatif dari pekerja kedai kopi X. Jumlah subjek yang terdapat pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Subjek pada penelitian ini merupakan pekerja dari kedai kopi X, berjenis kelamin pria dan Wanita, dan tidak terdapat Batasan umur. Teknik sampling yang digunakan adalah dengan *accidental sampling*. Hasil dari uji korelasi dengan menggunakan *Spearman Correlation* mendapatkan nilai sebesar 0.316 dengan signifikansi 0.000 untuk variable partisipasi pelanggan, dan 0.351 dengan signifikansi 0.001 untuk variable kepercayaan interpersonal. Dari hasil tersebut disimpulkan bahwa variable kepercayaan interpersonal lebih memiliki pengaruh dan berhubungan dengan perilaku kerja inovatif, selain itu partisipasi pelanggan dan kepercayaan interpersonal secara bersamaan berhubungan dengan perilaku kerja inovatif.

Kata kunci: perilaku kerja inovatif, partisipasi pelanggan, kepercayaan interpersonal