

PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF, MOTIVASI KERJA DAN KOMPENSASI TERHADAP
KINERJA KARYAWAN PADA HYPERMARKET MAXIMART MEDAN

May Handri¹, Jam'an Amadi², Junaidi Hasan³, Shamir Hasyim Syarif⁴

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas IBBI Medan

E-mail: ¹handrimay76@gmail.com, ²jaman.univibbi@gmail.com, ³junaidihasan1961@gmail.com,
⁴shamir.hasyim@gmail.com,

Abstrak

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi persuasif, motivasi kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada Hypermarket Maximart Medan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan melalui pengumpulan data menggunakan kuisioner dan analisis data pengujian statistik. Sampel yang diambil adalah seluruh populasi dalam penelitian ini yang berjumlah 45 karyawan. Instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t secara parsial, uji F secara simultan dan uji determinasi. Hasil penelitian dari uji regresi linear berganda yaitu $Y = 0,304 + 0,366 X_1 + 0,879 X_2 + 0,102X_3 + e$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan komunikasi persuasif, motivasi kerja dan kompensasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada Hypermarket Maximart Medan.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, Motivasi Kerja, Kompensasi, Kinerja Karyawan.

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of persuasive communication, work motivation and compensation on employee performance at the Maximart Hypermarket Medan. The method used in this research is descriptive quantitative method which is carried out through data collection using questionnaires and statistical test data analysis. The sample taken is the entire population in this study, amounting to 45 employees. The instruments used are validity and reliability tests. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis. The hypothesis test used is a partial t test, a simultaneous F test and a determination test. The results of the multiple linear regression test are $Y = 0.304 + 0.366 X_1 + 0.879X_2 + 0.102X_3 + e$. The results showed that partially and simultaneously persuasive communication, work motivation and compensation had an effect on employee performance at the Maximart Hypermarket Medan.

Key words: Persuasive Communication, Work Motivation, Compensation, Employee Performance.

1. PENDAHULUAN

Hypermarket Maximart adalah perusahaan ritel yang menjual berbagai barang kebutuhan pokok dan lain-lain. Hypermarket Maximart telah berkembang dan mempunyai beberapa outlet di kota Medan. Salah satu outlet yang terbesar berada pada jalan Thamrin No 82 Medan. Hypermarket Maximart di jalan Thamrin memiliki 45 karyawan yang terbagi dalam bagian, yaitu: kasir, pramuniaga, gudang dan *crew store*. Untuk mengetahui penilaian kualitas kerja karyawan penulis melampirkan data hasil penilaian kualitas kerja karyawan Hypermarket Maximart tahun 2020-2021 yang disajikan pada tabel berikut.

Dari tabel tersebut dapat dilihat kualitas kerja karyawan dengan kategori kurang memuaskan pada Hypermarket Maximart dari tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami peningkatan, dimana karyawan kualitas kerja yang kurang memuaskan terbesar terjadi di tahun 2021, yaitu sebanyak 18 Karyawan, dimana dari segi kualitas 18 karyawan ini lambat dalam melayani pengunjung yang datang dan kurang rapih dalam menyusun barang barang yang akan di jual di Hypermarket Maximart sehingga menyebabkan para pengunjung susah dalam mencari

barang yang mereka inginkan. Hal ini membuktikan kinerja karyawan masih sangat rendah di Hypermarket Maximart.

Tabel 1.1 Hasil Penilaian Kualitas Kinerja Karyawan Hypermarket Maximart Tahun 2020-2021

Uraian Kategori	Hasil Penilaian Kualitas Kinerja Karyawan 2020			Total Karyawan
	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Kurang Memuaskan	
Banyak Karyawan	16 Karyawan	19 Karyawan	10 Karyawan	45 Karyawan
Uraian Kategori	Hasil Penilaian Kualitas Kinerja Karyawan 2021			Total Karyawan
	Sangat Memuaskan	Memuaskan	Kurang Memuaskan	
Banyak Karyawan	11 Karyawan	16 Karyawan	18 Karyawan	45 Karyawan

Sumber: HRD Hypermarket Maximart (2022)

Komunikasi persuasif sangat diperlukan untuk membantu karyawan memahami kejelasan tujuan perusahaan. Kejelasan tujuan berisi mengenai pemaparan target-target yang harus dicapai setiap karyawan. Dari hasil pengamatan di Hypermarket Maximart dimana setiap pagi sebelum memulai pekerjaan pemimpin selalu melakukan *briefing* kepada setiap karyawan untuk menghimbau dan memaparkan mengenai tujuan-tujuan perusahaan dan target-target yang harus dicapai setiap karyawan, tapi realita yang terjadi masih terdapat beberapa karyawan yang tidak peduli dengan himbauan yang diberikan pemimpin pada saat *briefing*, sehingga menyebabkan karyawan tidak mengetahui isi dari himbauan yang diberikan pada saat *briefing*.

Pemberian motivasi kepada karyawan sangat di perlukan untuk menciptakan dorongan kepada karyawan untuk semangat bekerja. Dalam penelitian ini untuk mengetahui baik atau buruknya motivasi kerja karyawan dilihat dari sikap tanggung jawab karyawan saat bekerja. Dari hasil pengamatan yang dilakukan penulis dimana karyawan Hypermarket Maximart kurang bertanggung jawab dalam bekerja seperti pada saat pengunjung menanyakan salah satu barang yang ingin dicarinya, karyawan tidak ikut langsung mengarahkan pengunjung ketempat barang yang ingin di cari oleh pengunjung. Hal ini tentu sangat mempengaruhi kinerja dimana jika karyawan kurang memiliki rasa tanggung jawab dalam bekerja tentu saja kinerja tidak akan berjalan maksimal.

Pemberian kompensasi karyawan oleh perusahaan memiliki tujuan tertentu diantaranya adalah untuk mensejahterakan karyawan agar karyawan bekerja lebih giat dan semangat. Dalam penelitian ini kompensasi yang peneliti bahas adalah upah lembur karyawan, dari hasil pengamatan dimana perusahaan menghitung karyawan itu lembur apabila karyawan masuk dan bekerja dihari libur nasional jika kelebihan jam kerja pada karyawan, perusahaan tidak menganggap karyawan dikategorikan lembur. Hal ini tentu dapat memicu karyawan bekerja secara malas-malasan sehingga kinerja tidak berjalan maksimal.

2. TINJAUAN LITERATUR

Sumber Daya Manusia

Menurut Hasibuan (2016:10) MSDM ialah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan dan masyarakat. Sedangkan teori dari Simamora (2015:32) MSDM merupakan sebagai pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balasan jasa dan pengelolaan terhadap individu anggota organisasi atau kelompok bekerja. MSDM juga menyangkut desain dan implementasi system perencanaan, penyusunan personalia, pengembangan karyawan, pengelolaan karir, evaluasi kerja, kompensasi karyawan dan hubungan perburuhan yang mulus. Hal ini sejalan dengan pendapat Kaswan (2015:5) menyatakan, manajemen sumber daya manusia (MSDM) semakin besar nilai kontribusinya bagi kesuksesan suatu organisasi.

Komunikasi Persuasif

Menurut Severin & Tankard, (2005:177), Komunikasi persuasif didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain. Sedangkan Malik Dan Irintara (1994), mengatakan komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi dimana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya. Teori lain dari Effendy (2002) mengemukakan bahwa “komunikasi persuasif adalah suatu komunikasi yang dilakukan dengan cara-cara persuasif, yakni mengandung ajakan atau himbauan. Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Agar bersifat persuasif, suatu sifat komunikasi harus mengandung upaya yang dilakukan seseorang dengan sadar untuk mengubah perilaku orang lain atau sekelompok orang lain dengan menyampaikan beberapa pesan (Soemirat dan Suryana, 2018:25).

Motivasi Kerja

Motivasi, berasal dari kata motif (*motive*), yang berarti dorongan. Dengan demikian motivasi kerja berarti suatu kondisi yang mendorong atau menjadi sebab seseorang melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, yang berlangsung secara sadar (Bangun, 2012). Menurut Robbins dan Judge (2013), Motivasi kerja adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan seseorang individu untuk mencapai tujuannya. Pendapat lain dari Mangkunegara (2007: 93) motivasi kerja adalah energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri (*drive arousal*). Menurut Kasmir (2016:190), “Motivasi kerja merupakan dorongan bagi seseorang untuk melakukan pekerjaan”.

Kompensasi

Kompensasi merupakan suatu yang diterima karyawan sebagai pengganti kontribusi jasa mereka kepada organisasi (Rivai, 2014). Kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka (Handoko, 2014:155). Kompensasi diartikan sebagai semua pendapatan yang diterima karyawan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang merupakan bentuk biaya yang harus dikeluarkan perusahaan dengan harapan memperoleh imbalan berupa prestasi kerja dari karyawan (Hasibuan, 2016:39). Menurut Bangun (2012:255), kompensasi adalah sesuatu yang diterima karyawan atas jasa yang mereka sumbangkan pada pekerjaannya.

Kinerja

Menurut Fahmi (dalam Manik 2017:32) kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat profit oriented dan non profit oriented yang dihasilkan selama satu periode waktu. Sedangkan menurut Rivai (2017:34), kinerja adalah perilaku yang nyata yang ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh pegawai sesuai dengan perannya dalam organisasi. Sementara menurut Hasibuan (2016:94), kinerja adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu. Menurut Bangun (2012: 231) kinerja (*performance*) adalah hasil pekerjaan yang dicapai seseorang berdasarkan persyaratan- persyaratan pekerjaan (*job requirement*).

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu dengan cara mencari informasi tentang gejala yang ada, didefinisikan dengan jelas tujuan yang akan dicapai, merencanakan cara pendekatannya, mengumpulkan data sebagai bahan untuk membuat laporan dengan melakukan survei yang akan dilakukan pada Pada

Hypermarket Maximart, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang ada pada Hypermarket Maximart yang berjumlah 45 orang.

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus Regresi Linier Berganda menurut Sugiyono (2017:36).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan, Y: Kinerja Karyawan; a: Konstanta; b_1 : Koefisien regresi variabel Komunikasi Persuasif; X_1 : Komunikasi Persuasif; b_2 : Koefisien regresi variabel Motivasi Kerja; X_2 : Motivasi Kerja; b_3 : Koefisien regresi variabel Kompensasi; X_3 : Kompensasi; dan e: Standart Error (tingkat kesalahan).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Penelitian

Nilai t_{hitung} diperoleh dengan menggunakan software SPSS 26,0 for Windows, kemudian akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ yakni yang diperoleh dengan derajat bebas = $df = n - k$ ($n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel keseluruhan) yaitu $df = 45 - 4 = 41$. Uji t yang dilakukan adalah uji dua arah sehingga t_{tabel} yang digunakan adalah 5% atau $t_{5\%}(41) = 2,01954$.

Tabel 4.1 Hasil Uji t (Secara Parsial)
Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	,327	,745
	KomunikasiPersuasif	3,593	,001
	MotivasiKerja	13,797	,000
	Kompensasi	2,055	,046

a. Dependent Variable: KinerjaKaryawan

Berdasarkan uji t parsial diatas, dapat dilihat bahwa, Nilai pada t_{hitung} variabel komunikasi persuasif adalah 3,593 yang berarti komunikasi persuasif berpengaruh dengan signifikan sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H_1 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,593 > 2,01954$) yang berarti bahwa secara parsial variabel komunikasi persuasif (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) pada Hypermarket Maximart Medan, Nilai pada t_{hitung} variabel motivasi kerja adalah 13,797 yang berarti motivasi kerja berpengaruh dengan signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H_2 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,797 > 2,01954$) yang berarti bahwa secara parsial variabel motivasi kerja (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) pada Hypermarket Maximart Medan, Nilai pada t_{hitung} variabel kompensasi adalah 2,055 yang berarti kompensasi berpengaruh dengan signifikan sebesar 0,046 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H_3 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,055 > 2,01954$) yang berarti bahwa secara parsial variabel kompensasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) pada Hypermarket Maximart Medan.

Uji F (Uji serempak) dilakukan untuk melihat secara simultan variabel komunikasi persuasif (X_1), motivasi kerja (X_2) dan kompensasi (X_3) terhadap variabel kinerja karyawan (Y) pada Hypermarket Maximart Medan. Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (n) adalah 45 dan jumlah keseluruhan variabel (k) adalah 4, sehingga diperoleh: Df (pembilang) = $k - 1$, df (pembilang) = $4 - 1 = 3$ dan Df (penyebut) = $n - k$, df (penyebut) = $45 - 4 = 41$ Nilai F_{hitung} diperoleh dengan menggunakan bantuan software SPSS kemudian akan dibandingkan nilai F_{tabel} pada tingkat $\alpha = 5\%$ ($3:41$) = 2,83 dengan kriteria uji sebagai berikut H_0 diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ $\alpha = 5\%$ dan H_0 ditolak bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ $\alpha = 5\%$.

Tabel 4.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	505,595	3	168,532	261,681	,000 ^b
	Residual	26,405	41	,644		
	Total	532,000	44			

a. Dependent Variable: KinerjaKaryawan

b. Predictors: (Constant), Kompensasi, MotivasiKerja, KomunikasiPersuasif

Berdasarkan nilai F_{hitung} sebesar 261,681 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} dicari pada tabel F dengan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 41$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,83 dengan hasil tersebut dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan yang lebih kecil dari pada 0,05 maka hasil penelitian ini menyatakan H_4 diterima dengan kesimpulan adalah secara simultan variabel komunikasi persuasif, motivasi kerja dan kompensasi berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Hypermarket Maximart Medan.

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk melihat seberapa besar komunikasi persuasif, motivasi kerja dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Hypermarket Maximart Medan, maka dilakukan uji determinasi dengan menggunakan SPSS dan hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

		Model Summary ^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,975 ^a	,950	,947	,80252	

a. Predictors: (Constant), Kompensasi, MotivasiKerja, KomunikasiPersuasif

b. Dependent Variable: KinerjaKaryawan

Maka dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi menggunakan nilai *Adjusted R Square*, karena variabel independen yang digunakan lebih dari satu. Berdasarkan Tabel 4.19, dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* = 0,947. Dengan demikian besarnya pengaruh komunikasi persuasif, motivasi kerja dan kompensasi terhadap kinerja karyawan sebesar 0,947 (94,7%), sedangkan sisanya 5,3 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kepuasan kerja, budaya organisasi, lingkungan kerja, disiplin kerja dan lain-lain

Pembahasan Penelitian

Komunikasi Persuasif Secara Parsial Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai pada t_{hitung} variabel komunikasi persuasif adalah 3,593 yang berarti komunikasi persuasif berpengaruh dengan signifikan sebesar 0,001 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hipotesis diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,593 > 2,01954$) yang berarti bahwa secara parsial variabel komunikasi persuasif (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) pada Hypermarket Maximart Medan.

Komunikasi persuasif dalam setiap gerak langkah organisasi mempunyai peranan dominan, terutama berlaku dalam masalah efektivitas organisasi. proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan dari pengirim sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan. Proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling

pengertian antara kedua belah pihak. Melalui proses komunikasi akan ada reaksi atau umpan balik dari komunikan yang berupa tanggapan baik yang bersifat positif. Tanggapan positif menunjukkan komunikan dapat mengerti pesan yang disampaikan komunikator. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Ningsih dan Setia (2013) dengan judul pengaruh komunikasi persuasif terhadap kinerja karyawan pemasaran medical representative PT. Pharos Indonesia cabang Makassar menunjukkan bahwa komunikasi persuasif memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap kinerja karyawan pemasaran MR PT. PI cabang Makassar.

Motivasi Kerja Secara Parsial Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai pada t_{hitung} variabel motivasi kerja adalah 13,797 yang berarti motivasi kerja berpengaruh dengan signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H_2 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($13,797 > 2,01954$) yang berarti bahwa secara parsial variabel motivasi kerja (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) pada Hypermarket Maximart Medan.

Motivasi kerja merupakan dorongan yang harus diberikan kepada karyawan saat melaksanakan pekerjaannya, motivasi kerja yang baik tentu saja akan menimbulkan sikap kerja yang baik pula sehingga akan berdampak dengan peningkatan dari kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Suswanto (2021) dalam Jurnal Arastirma Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNPAM dengan judul Pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Fast food indonesia (kfc) pondok indah plaza menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Fast Food Indonesia (KFC) Cabang Pondok Indah Plaza.

Kompensasi Secara Parsial Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai pada t_{hitung} variabel kompensasi adalah 2,055 yang berarti kompensasi berpengaruh dengan signifikan sebesar 0,046 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H_3 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,055 > 2,01954$) yang berarti bahwa secara parsial variabel kompensasi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Y) pada Hypermarket Maximart Medan.

Kompensasi sangat penting bagi karyawan sendiri sebagai individu, karena besarnya kompensasi merupakan ukuran nilai pekerjaan karyawan itu sendiri. Sebaliknya besar kecilnya kompensasi dapat mempengaruhi kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Thamrin, Semmaila dan Aminuddin (2020) dalam Jurnal Ilmu Ekonomi dengan judul Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Salo Cabang Pinrang menyimpulkan bahwa Variabel kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Bank Rakyat Indonesia Unit Salo Cabang Pinrang.

Komunikasi Persuasif, Motivasi Kerja dan Kompensasi Secara Simultan Berpengaruh dan Signifikan Terhadap Kinerja Karyawan

Berdasarkan uji F (simultan) juga membuktikan bahwa bahwa nilai F_{hitung} sebesar 261,681 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} dicari pada tabel F dengan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 41$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,83 dengan hasil tersebut dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan yang lebih kecil dari pada 0,05 maka hasil penelitian ini menyatakan H_4 diterima dengan kesimpulan adalah secara simultan variabel komunikasi persuasif, motivasi kerja dan kompensasi berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada Hypermarket Maximart Medan.

Dengan terciptanya komunikasi persuasif yang baik, motivasi kerja yang baik dan kompensasi yang pantas diterima oleh karyawan maka akan menimbulkan semangat kerja yang

baik yang dapat memicu peningkatan dari kinerja karyawan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Sukma (2017) dalam Jurnal Human Capital Development dengan judul Pengaruh Komunikasi, Motivasi, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Di PT. Bakrie Metal Industries menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara komunikasi, motivasi dan kompensasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Bakrie Metal Industries

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan, bahwa komunikasi persuasif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, motivasi kerja secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, kompensasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, dan komunikasi persuasif, motivasi kerja dan kompensasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada Hypermarket Maximart Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananingrum, Titi dan Pradhanawati, Ari .2019. Pengaruh Motivasi , Keterampilan ,dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi kasus pada UMKM kain Tenun Ikat House of Hoeda's Desa Troso Kabupaten Jepara). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.Vol .8 , No.4.
- Ardianto dan Soemirat. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto.2017.Pengaruh Pengembangan Karir dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BANK Sulut Go Cabang Kawangkoan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fauzi, Rita Irviani. 2018. *Pengantar Manajemen. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ghozali, 2016, *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2014. *Manajemen Personalial dan Sumber Daya Manusia*. BPFE, Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Cetakan keempat belas*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hertina, Dede. Zahirsyah, Muhammad Farhan dan Dedi Kusramdani. 2021. The Effects of Motivation, Compensation and Communication on Employee Performance Productivity. *Review Of International Geographical Education*, 11(3).
- Kasmir. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia teori dan praktek*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kaswan. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Keunggulan Bersaing Organisasi*.Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Lestari, Putu Sri Indah. 2020. Pengaruh Motivasi Dan Komunikasi Persuasif Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Badan Pengelolaan Keuangan Dan Aset Daerah (BPKAD) Di Kabupaten Gianyar. *Jurnal Responsitory Universitas Ngurah Rai*.
- Malik, Dedy Djamaludin dan Yosol Irintara.1994. *Komunikasi Persuasive*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2007. *Manajemen Sumberdaya Manusia Perusahaan. Cetakan ketujuh*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Manik, S., & N. S. 2017. Pengaruh Disiplin Kerja dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hero Supermarket Tbk Cabang Giant Extra Metropolitan City Pekanbaru. *Riau Economic and Business Riview* , 8 (1), 32-36.

- Maulana, H dan Gumelar. G. 2013. *Psikologis Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Ningsih dan Rini Setia. 2013. Pengaruh komunikasi persuasif terhadap kinerja karyawan pemasaran medical representative PT. Pharos Indonesia cabang Makassar. *Jurnal Universitas Negeri Makassar*.
- Oktoberly, Mochammad Rizal. 2018. Pengaruh Komunikasi, Pemberian Kompensasi, Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan PT. Gudang Garam, Tbk Unit 6 Bagian Produksi Di Kediri. *Jurnal Universitas Islam Kediri*.
- Rachmawati, I.K. 2008. *Manajemen sumber daya manusia*. Yogyakarta: Andi.
- Rivai, Veithzal, 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan, Dari Teori ke Prakte*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Robbins. P. Stephen and Judge.2013. *Organizational Behavior*. 15th edition. Boston: Pearson.
- Schermerhorn, Jr. John R. 2010. *Manajemen Edisi Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Setyowati, Intan dan Sri Haryani. 2016. Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan pada restoran Taman Pringsewu Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan, No 2*.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, & Terpaan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kecana Prenada Media Grup.
- Simamora, Henry. 2015. Pengaruh Motivasi dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sinar Jaya Abadi. *Jurnal AGORA , 3 (2)*.
- Soemirat, Soleh dan Suryana, Asep. 2008. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, Rivera P.2017. Pengaruh Komunikasi, Motivasi, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Di PT. Bakrie Metal Industries. *Jurnal Human Capital Development*.Vol .4 , No.1.
- Susanto, Yohanes dan Hendrik. 2020. Kepemimpinan Motivasi Dan Kompensasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja (Studi Pada Badan Pengelola Pajak Dan Retribusi Daerah Kota Lubuklinggau Sumatera Selatan). *Jurnal Interprof Vol. 6, No.2*.
- Sutrisno, Fathoni dan Minarsih. 2016. Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Kantor Satuan Polisi Pamong Praja Kota Semarang. *Journal of Management, Volume 2 No. 2*
- Suwanto. 2021. Pengaruh motivasi terhadap kinerja karyawan pada PT. Fast food indonesia KFC pondok indah plaza Jakarta Selatan. *Jurnal Arastiema Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNPAM, 1 Vol 1*.
- Thamrin, Muhammad Furqan. Semmaila, Baharuddin dan Aminuddin. 2020. Pengaruh Kepemimpinan, Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Salo Cabang Pinrang. *Jurnal Ilmu Ekonomi. Vol. 3 No. 2*.
- Wibowo, 2014. *Manajemen Kinerja*. Penerbit Rajawali Press, Jakarta.