

PENGARUH KOMPENSASI DAN *HUMAN RELATION* TERHADAP MOTIVASI SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS KARYAWAN CV GLOBAL COLLECTION MALANG

Muh Sahal Machfud^{1*)}, Dra. Wahyu Wulandari¹⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama, Malang

*Email Korespondensi: sahal.mekatronik@gmail.com

ABSTRAK

Loyalitas karyawan ditentukan oleh kompensasi yang diberikan, *human relation* yang dirasakan serta, rasa motivasi yang dirasakan kepada perusahaan maka dengan sendirinya akan timbul loyalitas karyawan yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompensasi, *human relation* terhadap motivasi serta implikasinya terhadap loyalitas. Penelitian ini dilaksanakan di CV Global Collection Malang. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 84 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus dengan sampel yang ditetapkan sebanyak 49 responden. Data diperoleh menggunakan kuesioner dengan teknik penilaian skala Likert 1-5. Metode analisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) melalui pendekatan Partial Least Squares (PLS) yang dibantu dengan software smartPLS V.3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompensasi dan *human relation* memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas melalui motivasi. Variabel motivasi mampu memediasi antara kompensasi dan *human relation*.

Kata kunci: Kompensasi, *Human Relation*, Motivasi, dan Loyalitas Kerja

ABSTRACT

Employee loyalty is determined by the compensation given, human relations that are felt and, the sense of motivation that is given to the company so that it will naturally arise good employee loyalty. This study aims to determine the effect of compensation, human relations on motivation and its implications for loyalty. This research was conducted at CV Global Collection Malang. The population in this study were 84 people. The sampling technique used the census method with a specified sample of 49 respondents. Data were obtained using a questionnaire with 1-5 Likert scale assessment techniques. The method of analysis uses Structural Equation Modeling (SEM) through the Partial Least Squares (PLS) approach which is assisted by software smart PLS V.3.0. The results showed that compensation and human relations have a direct and indirect effect on loyalty through motivation. The motivation variable is able to mediate between compensation and human relations.

Keywords: Compensation, Human Relation, Motivation, and Loyalty at work.

PENDAHULUAN

Saat ini banyak perusahaan sedang menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas karyawan, hal ini ditunjukkan dari kecenderungan karyawan meninggalkan perusahaan tempatnya bekerja dalam masa kerja yang cukup singkat (Towers Watson, 2014; Khuong & Thien, 2013; Ding, H. Lu, Song, & Q. Lu, 2012). Sulitnya mempertahankan loyalitas kerja karyawan ditunjukkan dari survei yang dilakukan oleh *Towers Watson* dalam *Global Workforce Study (GWS)* terhadap 32.000 karyawan di seluruh dunia termasuk lebih dari 1000 karyawan di Indonesia dari berbagai level dan demografi. Survei ini menunjukkan bahwa sebanyak 66% karyawan di Indonesia cenderung meninggalkan perusahaan tempatnya bekerja dalam kurun waktu dua tahun (Sindonews.com, 2014). Penelitian lainnya yang dilakukan oleh *Loan Le Limited Company* di *Ho Chi Minh City* (2013) juga menunjukkan rendahnya loyalitas karyawan saat ini. Hasil dari penelitian tersebut

sebanyak 41% karyawan bekerja dibawah enam bulan. Sejalan dengan penelitian ini, *Labor Magazine* (2013) mengemukakan bahwa dari 445 karyawan sebanyak 39% karyawan mengundurkan diri dari perusahaan tempatnya berkerja dalam kurun waktu 1-2 tahun dan ada 26% karyawan yang mengundurkan diri setelah 3 tahun bekerja (Khuong & Thien, 2013).

CV Global Collection merupakan perusahaan yang bergerak di bidang tekstil yang terletak di Jalan KH Zainul Arifn No. 24-26, Malang, Jawa Timur dengan memiliki 120 orang karyawan juga mengalami masalah yang sama yaitu meningkatnya *labour turnover*. Hal ini dapat dilihat dari data yang ada pada perusahaan seperti tabel berikut :

Tabel 1. Data Turnover Karyawan CV Global Collection Tahun 2015-2018

| Tahun | Jumlah Karyawan Awal Tahun | Jumlah Karyawan Yang Keluar | Jumlah Karyawan Yang Masuk | Jumlah Karyawan Akhir Tahun | Turnover Rate |
|-------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|-----------------------------|---------------|
| 2016 | 135 | 9 | 6 | 132 | 2,25% |
| 2017 | 132 | 12 | 9 | 129 | 2,30% |
| 2018 | 129 | 14 | 10 | 125 | 3,15% |
| 2019 | 125 | 16 | 11 | 120 | 4,08% |

Sumber : Data CV Global Collection, 2020

Dari data turnover yang didapat pada Tabel 1.1 dapat dihitung persentase tingkat turnover karyawan CV Global Collection dengan menggunakan rumus LTO (*Labour TurnOver*). Rumus perhitungan untuk mengetahui besarnya turnover yakni sebagai berikut:

$$\text{Turnover} = \frac{(\text{karyawan keluar} - \text{karyawan diterima})}{\frac{1}{2}(\text{karyawan awal} + \text{karyawan akhir})} \times 100\%$$

Sumber : Melayu Hasibuan (2009)

Dari perhitungan LTO (*Labour TurnOver*), tampaklah presentasi *turnover* seperti pada grafik:



Gambar 1. Grafik Presentasi Turnover Karyawan CV Global Collection Tahun 2016 -2019
 (Sumber : Data diolah, 2020)

Dari grafik tersebut diatas dapat dilihat bahwa persentase tingkat turnover CV Global Collection mengalami peningkatan dari tahun 2016 sampai dengan 2019. Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan diperoleh alasan karyawan keluar dari perusahaan, karena karyawan merasakan bahwa fasilitas yang diberikan oleh perusahaan belum cukup. Seperti misalnya alat jahit yang ada tidak cukup digunakan oleh seluruh karyawan sehingga mengharuskan karyawan membawa alat jahitnya sendiri. Selain dari pada itu, juga motivasi

karyawan yang rendah dalam melaksanakan pekerjaan akibat kurang adanya kesempatan bagi karyawan untuk mengungkapkan ide, pendapat, dan gagasannya kepada atasan, sehingga human relation dengan atasan menjadi tidak maksimal. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ezeuduji dan Mbane (2017), penyebab tingginya tingkat turnover di sektor perhotelan Cape Town, Afrika Selatan yaitu: kompensasi rendah bila diukur terhadap pekerjaan mereka, minimnya kesempatan jenjang karir, fasilitas kerja yang tidak memadai, human relation yang buruk dan jam kerja yang panjang.

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini mengkaji keterkaitan antara Kompensasi, *Human Relation*, Motivasi, dan Loyaltas.

Subyek Penelitian

Subyek penelitian atau unit analisis penelitian ini adalah karyawan CV Global Collection yang terletak di Jl. Zainul Arifin No. 24-26, Malang. Penentuan subyek penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa Karyawan CV Global Collection berpotensi mengalami turunnya loyalitas dan Motivasi dikarenakan meningkatnya tingkat *Turnover* karyawan.

Tabel 2. Subyek Penelitian

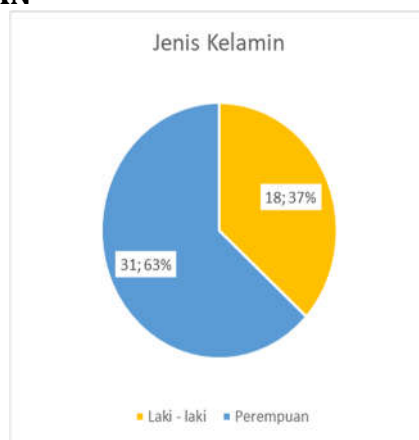
| Variabel | Indikator | Item |
|---|---|--|
| Kompensasi (X1) Badriah (2015) | a. Gaji (X1.1) | 1. Gaji yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (X1.1.1) 2. Perusahaan memberikan gaji dengan tepat waktu (X1.1.2) |
| | b. Bonus (X1.2) | 3. Bonus yang diberikan dapat meningkatkan motivasi dan loyalitas kerja (X1.2.1) 4. Bonus yang diberikan adil kepada karyawan (X1.2.2) |
| | c. Insentif (X1.3) | 5. Perusahaan memberikan insentif sesuai dengan yang diharapkan (X1.3.1) 6. Insentif yang diberikan dapat menambah dalam pemenuhan kehidupan (X1.3.2) |
| | d. Tunjangan (X1.4) | 7. Tunjangan yang diberikan sesuai dengan peranan/posisi karyawan (X1.4.1) 8. Perusahaan rutin memberikan tunjangan hari raya, tunjangan kecelakaan, dan tunjangan kesehatan (X1.4.2) |
| | e. Fasilitas (X1.5) | 9. Fasilitas yang diberikan oleh perusahaan lengkap (X1.5.1) 10. Semua fasilitas yang tersedia layak untuk digunakan (X1.5.2) |
| <i>Human relation</i> (X2) (Keith Davis; 2008) | a. <i>Importance of individual</i> (pentingnya individu) (X2.1) | 1. Perusahaan memperhatikan karyawan sebagai individu (X2.1.1) 2. Setiap tindakan perusahaan memperhitungkan perasaan karyawan, mengakui, dan |

| Variabel | Indikator | Item |
|---|---|--|
| | | memperhatikan kepentingannya (X2.1.2) |
| | b. <i>Open communication</i> (komunikasi terbuka) (X2.2) | 3. Karyawan diijinkan untuk berkomunikasi secara terbuka demi menghasilkan keputusan bersama yang tepat (X2.2.1) 4. Karyawan diberikan kesempatan untuk berterus terang mengenai pendapat dan perasaan yang menyangkut kepentingan bersama (X2.2.2) |
| | c. <i>Participation officials</i> (partisipasi karyawan) (X2.3) | 5. Karyawan memberikan ide atau gagasan yang menyangkut kepentingan perusahaan (X2.3.1) 6. Karyawan kreatif dalam berkarya yang berkaitan dengan pekerjaannya (X2.3.2) |
| | d. <i>Mutual acceptance</i> (saling menerima) (X2.4) | 7. Setiap individu saling menerima kekurangan dan kelebihan sesama rekan kerja (X2.4.1) 8. Tidak memaksakan kehendak pribadi (X2.4.2) |
| Motivasi (Z) Sondang P. Siagian (2012) | a. Daya Pendorong (Z1) | 1. Situasi lingkungan kerja (Z1.1) 2. Pemberian penghargaan atas prestasi agar memberi motivasi (Z1.2) |
| | b. Kerelaan (Z2) | 3. Tidak pernah mengeluh dalam melakukan pekerjaan (Z2.1) 4. Bila ada tugas tambahan, selalu menyelesaikannya dengan baik (Z2.2) |
| | c. Membentuk Keahlian (Z3) | 5. Tidak merasa rendah diri bila mengalami kegagalan pekerjaan guna membentuk keahlian (Z3.1) 6. Berusaha sangat keras untuk memperbaiki kinerja (Z3.1) |
| Loyalitas (Y) Siswanto (2010) | a. Taat pada peraturan (Y1) | 1. Menjunjung tinggi dan menaati semua peraturan meski tanpa pengawasan (Y1.1) 2. Senantiasa menaati jam kerja yang telah ditentukan (Y1.2) |
| | b. Tanggung jawab pada perusahaan (Y2) | 3. Menyelesaikan pekerjaan dengan tepat waktu (Y2.1) 4. Menjaga segala fasilitas dan alat kerja yang digunakan (Y2.2) |
| | c. Kemauan untuk bekerja sama (Y3) | 5. Dapat bekerja sama dengan rekan kerja (Y3.1) 6. Membantu rekan kerja apabila rekan kerja mengalami kesulitan (Y3.2) |

| Variabel | Indikator | Item |
|----------|-------------------------------------|---|
| | d. Rasa Memiliki (Y4) | 7. Menjaga perusahaan dari hal-hal yang dapat merugikan perusahaan (Y4.1) 8. Merekomendasikan produk perusahaan kepada oranglain (Y4.2) |
| | e. Kesukaan terhadap pekerjaan (Y5) | 9. Selalu melaksanakan pekerjaan dengan senang hati tanpa merasa dipaksa (Y5.1) 10. Bersemangat dan antusias saat melakukan pekerjaan (Y5.2) |

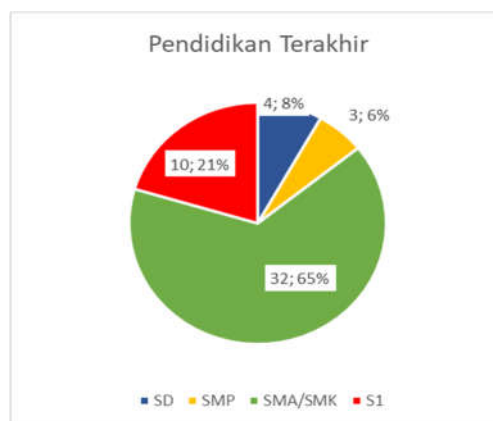
Sumber : Badriah (2015), Keith Davis (2008); Sondang P. Siagian (2012); Siswanto (2010)

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2 : Diagram Jenis Kelamin
 (Sumber : Data Primer Diolah, 2020)

Dari data yang terlihat di garafik tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan dengan persentase 63% dengan jumlah responden 31 orang. Sedangkan jenis kelamin laki-laki memiliki persentase 37% dengan jumlah responden 18 orang.



Gambar 3 : Diagram Pendidikan Terakhir.
 (Sumber : Data Primer Diolah, 2020)

Pada variabel *Kompensasi* terdapat 10 item pertanyaan. Secara keseluruhan jawaban responden yang diteliti adalah beragam. Berikut merupakan hasil distribusi frekuensi *Kompensasi*:

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Variabel Kompensasi (X1)

| Item | SS | | S | | N | | TS | | STS | | Jumlah | | Rata-rata |
|------------|----|-------|----|-------|---|-------|----|------|-----|------|--------|--------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Jumlah | % | |
| X1.1 | 19 | 38,78 | 25 | 51,02 | 4 | 8,16 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,27 |
| X1.2 | 20 | 40,82 | 22 | 44,90 | 4 | 8,16 | 3 | 6,12 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,20 |
| X1.3 | 22 | 44,90 | 20 | 40,82 | 6 | 12,24 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,29 |
| X1.4 | 20 | 40,82 | 25 | 51,02 | 4 | 8,16 | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,33 |
| X1.5 | 12 | 24,49 | 30 | 61,22 | 6 | 12,24 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,08 |
| X1.6 | 18 | 36,73 | 25 | 51,02 | 5 | 10,20 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,22 |
| X1.7 | 16 | 32,65 | 26 | 53,06 | 6 | 12,24 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,16 |
| X1.8 | 16 | 32,65 | 28 | 57,14 | 4 | 8,16 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,20 |
| X1.9 | 16 | 32,65 | 27 | 55,10 | 4 | 8,16 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,16 |
| X1.10 | 18 | 36,73 | 22 | 44,90 | 7 | 14,29 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,14 |
| Grand Mean | | | | | | | | | | | | | 4,21 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Pada variabel *Human Relation* terdapat 8 beberapa item pertanyaan. Berikut merupakan hasil distribusi frekuensi *Human Relation* :

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Human Relation(X2)

| Item | SS | | S | | N | | TS | | STS | | Jumlah | | Rata-rata |
|------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------|-----|------|--------|--------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Jumlah | % | |
| X2.1 | 16 | 32,65 | 29 | 59,18 | 4 | 8,16 | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,24 |
| X2.2 | 17 | 34,69 | 26 | 53,06 | 5 | 10,20 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,20 |
| X2.3 | 17 | 34,69 | 25 | 51,02 | 5 | 10,20 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,16 |
| X2.4 | 17 | 34,69 | 23 | 46,94 | 9 | 18,37 | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,16 |
| X2.5 | 22 | 44,90 | 17 | 34,69 | 9 | 18,37 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,22 |
| X2.6 | 19 | 38,78 | 23 | 46,94 | 7 | 14,29 | 0 | 0,00 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,24 |
| X2.7 | 24 | 48,98 | 12 | 24,49 | 12 | 24,49 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,20 |
| X2.8 | 29 | 59,18 | 15 | 30,61 | 4 | 8,16 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,47 |
| Grand Mean | | | | | | | | | | | | | 4,24 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Pada variabel Motivasi terdapat 6 item pertanyaan dan jawaban responden yang beragam. Berikut merupakan hasil distribusi frekuensi faktor Motivasi :

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi (Z)

| Item | SS | | S | | N | | TS | | STS | | Jumlah | | Rata-rata |
|------------|----|-------|----|-------|---|-------|----|------|-----|------|--------|--------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Jumlah | % | |
| Z1.1 | 17 | 34,69 | 23 | 46,94 | 8 | 16,33 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,14 |
| Z1.2 | 19 | 38,78 | 22 | 44,90 | 7 | 14,29 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,20 |
| Z2.1 | 17 | 34,69 | 25 | 51,02 | 5 | 10,20 | 1 | 2,04 | 1 | 2,04 | 49 | 100,00 | 4,14 |
| Z2.2 | 21 | 42,86 | 22 | 44,90 | 5 | 10,20 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,29 |
| Z3.1 | 19 | 38,78 | 23 | 46,94 | 6 | 12,24 | 1 | 2,04 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,22 |
| Z3.2 | 15 | 30,61 | 26 | 53,06 | 6 | 12,24 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,10 |
| Grand Mean | | | | | | | | | | | | | 4,18 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

Pada variabel Loyalitas terdapat 10 item pertanyaan dan jawaban responden yang beragam. Berikut merupakan hasil distribusi frekuensi faktor Loyalitas :

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas

| Item | SS | | S | | N | | TS | | STS | | Jumlah | | Rata-rata |
|------------|----|-------|----|-------|---|-------|----|------|-----|------|--------|--------|-----------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % | Jumlah | % | |
| Y1.1 | 12 | 24,49 | 29 | 59,18 | 6 | 12,24 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,04 |
| Y1.2 | 9 | 18,37 | 33 | 67,35 | 5 | 10,20 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,00 |
| Y2.1 | 7 | 14,29 | 37 | 75,51 | 3 | 6,12 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,00 |
| Y2.2 | 14 | 28,57 | 30 | 61,22 | 3 | 6,12 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,14 |
| Y3.1 | 12 | 24,49 | 29 | 59,18 | 6 | 12,24 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,04 |
| Y3.2 | 14 | 28,57 | 30 | 61,22 | 3 | 6,12 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,14 |
| Y4.1 | 12 | 24,49 | 30 | 61,22 | 5 | 10,20 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,06 |
| Y4.2 | 15 | 30,61 | 26 | 53,06 | 6 | 12,24 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,10 |
| Y5.1 | 17 | 34,69 | 26 | 53,06 | 4 | 8,16 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,18 |
| Y5.2 | 20 | 40,82 | 18 | 36,73 | 9 | 18,37 | 2 | 4,08 | 0 | 0,00 | 49 | 100,00 | 4,14 |
| Grand Mean | | | | | | | | | | | | | 4,08 |

Sumber : Data Primer Diolah, 2020

- H1: Kompensasi mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Motivasi.
- H2: *Human Relation* mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Motivasi
- H3: Kompensasi mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Loyalitas.
- H4: *Human Relation* mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Loyalitas.
- H5: Motivasi mempunyai pengaruh positif secara langsung dan signifikan terhadap Loyalitas.
- H6: Kompensasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas dimediasi melalui Motivasi
- H7: *Human Relation* berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas dimediasi melalui Motivasi.

KESIMPULAN

1. *Human Relation* berupa pentingnya individu, komunikasi terbuka, partisipasi karyawan, dan saling menerima yang telah diterapkan di CV Global Collection dapat memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Motivasi. Maka hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwa *Human Relation* berpengaruh positif terhadap Motivasi diterima.
2. Pemberian kompensasi berupa gaji, bonus, insentif, tunjangan, dan fasilitas oleh CV Global Collection mampu memberikan berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Maka hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwa Kompensasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas diterima.
3. *Human Relation* berupa pentingnya individu, komunikasi terbuka, partisipasi karyawan, dan saling menerima yang telah diterapkan di CV Global Collection terhadap Loyalitas. Maka hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan bahwa *Human Relation* berpengaruh positif terhadap Loyalitas diterima.
4. Motivasi berupa daya pendorong, kerelaan untuk bekerja, dan membentuk keahlian yang ada di CV Global Collection berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Maka hipotesis kelima yang menyatakan bahwa Kompensasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas diterima.

5. Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas melalui Motivasi. Maka hipotesis keenam yang menyatakan bahwa Kompensasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas dimediasi melalui Motivasi dapat diterima.
6. *Human Relation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas melalui Motivasi. Maka hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa *Human Relation* berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas dimediasi melalui Motivasi dapat diterima.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Bapak Dr. Agus Tugas Sudjianto, ST., MT.; Rektor Universitas Widyagama Malang, dan jajaran pejabat struktural, serta seluruh staf karyawan.
2. Ibu Dr. Sopanah, SE., MSi., Ak., CA., CMA., CIBA.; Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widyagama Malang, dan Wakil Dekan, beserta seluruh staf administrasi.
3. Bapak Dr. Survival SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen, dan Ibu Dr. Adya Hermawati, SE., MM., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dra. Wahyu Wulandari, M.M., selaku Dosen Pembimbing 1, dan Bapak Mulyono, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing 2 yang penuh kesabaran dan telah meluangkan waktu, pikiran, dan motivasi dalam penyelesaian penelitian ini.
5. Bapak/Ibu Tim Penguji; atas kritik dan saran membangun pada isi penelitian skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen atas bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat, dan mendidik peneliti sepanjang menempuh studi.
7. Pimpinan CV Global Collection beserta Jajaran atas ijin yang diberikan untuk melaksanakan penelitian ini, beserta seluruh Karyawan CV Global Collection yang membantu, mendukung dan bersedia menjadi responden penelitian.
8. Orang tua tercinta atas doa restu, kasih sayang, kesabaran, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman Anggota Kandang Singo yang selama ini telah memberikan semangat, bantuan, canda dan tawa dalam menempuh pendidikan di kampus tercinta.
10. Teruntuk Ryan Febrianto, Lutfi Yanto, dan Devanggi Saputri Arifiin selaku sahabat terdekat yang tak henti-henti memberikan semangat, doa, dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini.

REFERENSI

- [1] Abdurachman, Ujianto. 2004. Faktor-faktor yang Menimbulkan kecenderungan Minat & Beli Konsumen Sarung. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol6 No. 1.
- [2] Adisti, F., & Al Musadieq, M. (2017). Pengaruh Kompensasi Terhadap Motivasi Kerja dan Loyalitas (Studi pada Karyawan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Malang. Jurnal Administrasi Bisnis, 50(1), 160-167.
- [3] Ardana, I Komang, dkk. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [4] Ariastuti, Ni Gusti dan Made Antara. 2006. Faktor-faktor yang menentukan Loyalitas Pelanggan Terhadap Merk Teh Botol Sosro di Kota Denpasar.
- [5] Agiel Puji Damayanti, Susilaningasih, Sri Sumaryati. 2013. Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Surakarta. Jurnal Bisnis dan Ekonomi 2(1), pp:155-168.
- [6] Alan, Webb. 2010. Factors Affecting Goal Difficulty and Performance When Employees Select Their Own Performance Goals: Evidence from the Field. Journal of Management Accounting Research. 22(1), pp: 209-232.

- [7] Ardana, Komang, Ni Wayan Mujiati, I Wayan Mudiarta Utama. 2012. Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [8] Anwar Prabu Mangkunegaran, (2003), Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Cetakan Pertama, PT. Refika Aditama, Bandung.
- [9] Armstrong, Robert, et al. "Webwatcher: A learning apprentice for the world wide web." AAAI Spring symposium on Information gathering from Heterogeneous, distributed environments. Vol. 93. 1995.
- [10] Kasenda, R. (2013). Kompensasi dan motivasi pengaruhnya terhadap kinerja karyawan pada PT. Bangun Wenang Beverages Company Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).
- [11] Wardani, E. S. (2009). Pengaruh kompensasi, keahlian dan motivasi Kerja terhadap prestasi kerja karyawan Pada PT. Pembangkitan Jawa Bali Unit pembangkitan Muara Tawar. Jurnal Manajemen, 41.
- [12] Wibowo, G. (2014). Pengaruh Kompensasi Finansial dan Non Finansial terhadap Kinerja Karyawan di CV. Sejahtera Mobil Surabaya. Agora, 2(1), 632-642.
- [13] Widodo, H. (2016). Potret pendidikan di Indonesia dan kesiapannya dalam menghadapi masyarakat ekonomi Asia (MEA). Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan, 13(2), 293-308.

