

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS
PELANGGAN PADA PRODUK HYDRO COCO
PT KALBE FARMA**

SINTA SULISTIANI

Dosen Manajemen Universitas Pamulang

dosen01876@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kriteria, kondisi produk, promosi, minat beli dan loyalitas masyarakat terhadap produk hydro coco, mengetahui pengaruh produk dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk hydro coco, mengetahui pengaruh produk dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian produk hydro coco dan mengetahui pengaruh Keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan Produk Hydro Coco. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden. Sebagai variabel independen pada penelitian ini adalah yang diberi lambang kualitas produk (X1) promosi (X2). Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian yang diberi lambang (Y) dan variable moderating adalah loyalitas pelanggan (Z). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala 1 - 5 dengan 5 kategori. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan uji regresi linier berganda. Berdasarkan perhitungan Variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas secara parsial dan simultan. Variabel keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas. Variabel kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian dan Loyalitas.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis, disamping faktor sistem pemasaran yang baik dalam memasarkan produknya untuk merebut pasar sasaran dibutuhkan suatu faktor pendukung salah satunya dengan memberikan konsumen produk yang berkualitas. Kualitas produk merupakan senjata strategis

yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya

perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh

dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Sebelum konsumen melakukan proses keputusan pembelian akan mencari kualitas, pengalaman kualitas dan bukti kualitas dari perusahaan-perusahaan yang diketahui konsumen untuk dijadikan referensi dalam pengumpulan informasi. Tujuan kualitas produk adalah agar produk lebih disukai konsumen, sehingga lebih memacu penjualan produk. Semua itu demi harapan menciptakan suatu kesan positif atas suatu produk dimata konsumen dengan tujuan akhir suatu tindakan pembelian.

Promosi penjualan (Sales promotion) harus merupakan metode pembangunan hubungan konsumen, bukan sekedar menciptakan volume penjualan jangka pendek yang bersifat temporer, promosi penjualan perlu memperkuat posisi produk dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Akan tetapi, faktor-faktor diluar promosi penjualan yang juga mempengaruhi peningkatan keputusan pembelian seperti pertumbuhan ekonomi, saluran distribusi, kebijakan penetapan harga, advertising, dan sebagainya perlu juga ada perhatian.

Dalam dunia bisnis secara umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi

pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Perusahaan dituntut untuk dapat menawarkan atau meningkatkan kualitas produk yang lebih unggul dari pesaing melalui promosi penjualan, sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Disini produsen harus bias mempertahankan ketersediaan produk dan kecepatan perputaran barang, serta memperbaiki dan lebih menonjolkan kualitas bahan, keseimbangan komposisi, ciri khas rasa, kandungan produk, proses produksi, kemasan, konsistensi kualitas, citra merek dan lain-lain agar menunjang dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian.

Saat ini segala kebaikan air kelapa telah hadir dalam kemasan yang lebih praktis dan higienis, yaitu HYDRO yang merupakan produk minuman kemasan pengganti ion

tubuh yang diproduksi oleh PT Kalbe Farma.

HYDRO adalah salah satu minuman yang terbuat dari kelapa asli, yang berfungsi sebagaimana alami tanpa bahan pengawet, pemanis buatan dan pewarna sintetis. Sehingga HYDRO aman, bahkan sangat baik dikonsumsi setiap hari. HYDRO diproses secara higienis dengan teknologi modern. Awalnya, air kelapa diproses melalui sterilisasi dalam tabung aseptik dan menggunakan teknologi Ultra High Temperature (UHT). Sehingga air kelapa dalam HYDRO tetap terjaga nutrisinya meski tanpa bahan pengawet.

Pada persaingan antar perusahaan minuman dalam kemasan ini para perusahaan yang bersaing harus pandai memanfaatkan peluang pasar yang ada, sehingga perusahaan minuman kemasan ini berlomba-lomba mengembangkan dan menginovasikan produknya dalam berbagai macam aspek seperti dari teknologi pembuatan, rasa, dan kemasan yang dapat menghasilkan produk yang dapat merebut minat konsumen dan dapat menguasai pasar. Dalam persaingan diantara produsen minuman kemasan tersebut diperlukan beberapa strategi yang tepat dalam situasi dan kondisi yang selalu berubah-ubah.

Selain Kualitas produk salah satu cara untuk meningkatkan jumlah pembeli lagi maka Hydro Coco melakukan promosi dengan efektif

dan efisien. Karena melalui promosi, konsumen dapat mengetahui suatu produk atau jasa, memberikan jaminan kualitas serta dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian dan diharapkan dengan melakukan promosi kembali maka jumlah pembeli Hydro Coco akan kembali meningkat.

Promosi yang dilakukan oleh Hydro Coco yaitu dengan melakukan suatu periklanan melalui berbagai media dalam memasarkan dan mengenalkan produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Periklanan tersebut dilakukan untuk menarik konsumen agar konsumen berminat dan tertarik atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah pembeli atau konsumen lagi maka Hydro Coco harus melakukan promosi dengan efektif dan efisien. Karena melalui promosi, konsumen dapat mengetahui suatu produk atau jasa, memberikan jaminan kualitas serta dapat mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian dan diharapkan dengan melakukan promosi kembali maka jumlah pembeli Hydro Coco akan kembali meningkat.

Proses keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli menyangkut kepastian akan membeli atau tidak, dan proses tersebut dimulai dengan memahami adanya masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan

pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam melakukan pembelian, ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian tersebut. Jelasnya ialah, karena adanya perbedaan personalitas seperti konsep diri, persepsi subyektif konsumen terhadap informasi, barang dan situasi pembelian. Awal dari setiap perilaku adalah kesadaran akan kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi.

Hydro Coco menyadari bahwa perilaku konsumen memiliki kepentingan tersendiri bagi perusahaan, karena berbagai alasan terutama memberikan kepuasan semaksimal mungkin kepada konsumen. Keberadaan Hydro Coco sendiri mengalami pasang surut, selain keterbatasan dana untuk melakukan promosi, juga dikarenakan semakin maraknya home industry sejenis yang memproduksi buah kelapa dan bersaing menancapkan produknya di benak konsumen, sebut saja Kobuca, Yayat Paper, Kriya Kertas dan Syafiq Paper (Banana Cards). Masing-masing pesaing memiliki variasi pada coraknya. Selain itu para pesaing memiliki harga yang lebih murah dan tempat yang terjangkau oleh konsumen.

Untuk mengatasi hal tersebut kertas seni di Hydro Coco harus terus meningkatkan kualitas produknya dengan mempunyai kualitas yang baik dan tidak mudah robek. Keputusan pembelian terkadang mengalami kenaikan dan penurunan,

hal tersebut dikarenakan tidak semua orang membutuhkan kertas seni.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2014-2016 mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2015 dan terjadi penjualan yang penurunannya pesat pada tahun 2016, yang seharusnya dari tahun ketahun penjualan produk pada Hydro Coco naik tapi kenyataannya mengalami penurunan dan tidak ada peningkatan secara signifikan juga cenderung fluktuasi, jumlah penjualan tahun 2015 yang sangat tinggi tidak diikuti oleh tahun-tahun berikutnya sampai data penjualan terakhir tahun 2015 walaupun naik tapi tidak melebihi jumlah penjualan pada tahun 2016.

Fenomena tersebut bisa terjadi dikarenakan Hydro Coco Keberadaan Hydro Coco sendiri mengalami pasang surut, selain keterbatasan dana untuk melakukan promosi, juga dikarenakan semakin maraknya home industry sejenis yang memproduksi buah kelapa dan bersaing menancapkan produknya di benak konsumen yang telah dijelaskan sebelumnya dan Hydro Coco belum memaksimalkan promosi penjualannya sehingga tidak banyak konsumen yang mengetahui kualitas produk yang di produksi oleh PT Kalbe Farma.

Didasari hal-hal tersebut diatas dan fenomena yang terjadi diperusahaan PT Kalbe Farma, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Produk Hydro CocoPT Kalbe Farma”.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, menurut Sugiyono (2014:44) yaitu “Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosiatif mempunyai tingkatan yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif. Lebih lanjut Sugiyono (2012:44) menjelaskan “Dengan penelitian asosiatif maka dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala”.

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah semua perusahaan yang menjadi pelanggan PT Kalbe Farma di 3 tempat Area Futsal Wilayah Kota Tangerang, Banten (Nambo futsal, Welco Futsal dan Centro Futsal). Adapun penentuan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang dipergunakan untuk mengambil data variabel adalah valid.

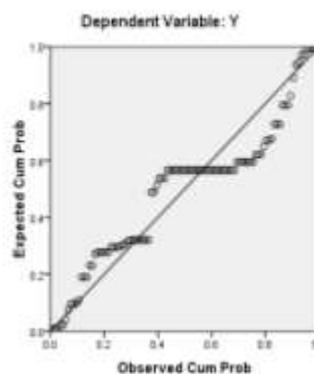
Uji Reliabilitas

Variabel	rhitung	rtabel	Kesimpulan
X ₁	0,883	0,197	Reliabel
X ₂	0,921	0,197	Reliabel
Y	0,920	0,197	Reliabel
Z	0,930	0,197	Reliabel

Berdasarkan pengujian, maka dapat ditetapkan bahwa instrument penelitian untuk setiap variabel adalah reliabel.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1 Gambar Histogram Pengujian Normalitas Data

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa data yang diperoleh memiliki distribusi normal atau sangat mendekati normal.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 X1	.354	2.828
X2	.354	2.828

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa data yang diperoleh memiliki nilai VIF 1

<VIF<10 .sehingga dapat diyakini bahwa antara variabel bebas tidak terdapat multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

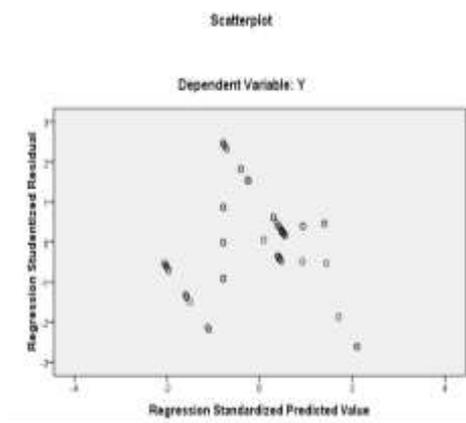
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.095	.741		2.827	.006
X1	.836	.050	.863	16.636	.000

a. Dependent Variable: Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.747	.742	1.97979

a. Predictors: (Constant), X2, X1



Berdasarkan pada gambar diatas, maka dapat diketahui bahwa titik titik yang ada tersebar acak dengan tidak membuat pola atau gambar tertentu,

sehingga data penelitian tidak memiliki gangguan heteroskedasitas. Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat.

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.954	.755		2.588	.011
X1	.769	.085	.793	9.092	.000
X2	.079	.079	.087	.996	.221

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.954 + 0,769 X1 + 0,079X2 + e$$

Pengaruh Hasil Pengolahan Stepwise

Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan

Model Summary

Dapat diketahui bahwa nilai pengaruh secara simultan hanya 0,747 x 100 % = 74.7 %. Hal ini terbilang sangat besar, dan kemungkinan disebabkan oleh adanya pengaruh yang signifikan dari variabel X1, X2 Y, pengaruh yang positif tersebut memiliki peran yang signifikan, dengan pembuktian pada tabel F sebagai berikut:

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1088.5832	2	544.292	138.865	.000 ^a
Residual	368.4494	4	92.112		
Total	1457.033	6			

a. Predictors:
(Constant), X2,
X1

b. Dependent
Variable: Y

Berdasarkan pada pada tabel F tersebut dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 138.865 yang lebih besar dari nilai F tabel 7.048. Pengaruh dari Variabel Y terhadap Variabel Z.

**Pengaruh Variabel Y terhadap Z
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.514	.616		5.707	.000
Y	.795	.042	.886	18.886	.000

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.514	.616		5.707	.000
Y	.795	.042	.886	18.886	.000

a.
Dependent
Variable: Z

Berdasarkan pada tabel diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.514 + 0,886Y + e$$

Berdasar pada hasil pengolahan data diatas, maka dapat diketahui bahwa:

Nilai konstanta sebesar 3.514. Hal ini menggambarkan bahwa apabila tidak ada Y dan e maka telah terdapat kepuasan (Z) sebesar 3,514. Nilai tersebut signifikan karena memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel atau 5,707 > 1,984.

Nilai koefisien regresi Y sebesar 0,886. Hal ini menggambarkan bahwa apabila terdapat perbaikan kondisi dari variable Y sebesar 1 unit maka akan terjadi perbaikan kondisi variable Z sebesar 0,866 kali. Nilai ini signifikan karena memiliki nilai thitung lebih besar dari ttabel atau 18,886 > 1,984.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Dari Variabel Bebas X Terhadap Variabel Terikat Y:

Nilai pengaruh variabel		t hitung	t tabel	Kesimpulan
X ₁	.793	9.092	1,984	H ₀ ditolak, terdapat pengaruh yang signifikan dan positif

Tabel Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Nilai pengaruh variabel		t hitung	t tabel	Kesimpulan
X ₂	.087	0.996	1,984	H ₀ diterima, tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan positif

Berdasarkan pada pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variable X1 terhadap variable Y, disamping itu diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dari variable X2 terhadap Y.

Pengujian Secara Simultan

Variabel	Nilai pengaruh	f _{tabel}	f-tabel	Kesimpulan
X1	0.747	138.865	7.048	H ₀ ditolak, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

Berdasarkan pengujian hipotesis, maka diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan dari variable X1 dan X2 terhadap Y.

Tabel Pengujian Secara Simultan

Variabel	Nilai pengaruh	t _{hitung}	t-tabel	Kesimpulan
X1	0.886	18.886	1,984	H ₀ ditolak, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

Berdasarkan pada pengujian hipotesis diatas, maka diperoleh hasil yang menggambarkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variable Y terhadap variable Z.

KESIMPULAN

Dengan selesainya olah data penelitian ini, maka analisa mengenai pengaruh kompetensi, disiplin, dan motivasi terhadap kinerja karyawan departemen Produksi PT. Yasulor Indonesia hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel kompetensi (X1) berpengaruh secara kuat, positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja (Y) dengan nilai t hitung (11,595) > t tabel (1,960) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0,000<0,05). Diperoleh hasil uji persamaan regresi : $Y = 31,750 + 0,726 X1$.

Nilai R (korelasi) adalah 0,690 dan nilai R Square (determinasi) adalah 0,476, menunjukkan bahwa variabel Y (kinerja karyawan) dipengaruhi oleh variabel X1 (kompetensi) sebesar 47,6% dan sisanya sebesar 52,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

2. Secara parsial variabel motivasi (X2) berpengaruh secara kuat, positif dan signifikan terhadap variabel Kinerja (Y) dengan nilai t hitung (8,151) > t tabel (1,960) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0,000 < 0,05). Diperoleh hasil uji persamaan regresi : $Y = 43,949 + 0,834 X2$.

Nilai R (korelasi) adalah 0,557 dan nilai R Square (determinasi) adalah 0,310, menunjukkan bahwa variabel Y (kinerja karyawan) dipengaruhi oleh variabel X2 (kompetensi) sebesar 31,0% dan sisanya sebesar 69,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

3. Dalam pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan adanya pengaruh yang sangat signifikan variabel kompetensi (X1) dan variabel motivasi (X2), secara bersama-sama terhadap variabel Kinerja (Y). Hal dibuktikan dengan nilai F hitung (93,981) > F tabel (2,672) dan signifikansi lebih kecil dari 5% (0,000 < 0,05). Diperoleh hasil uji persamaan regresi berganda: $14,484 + 0,583 X1 + 0,483 X2$

Berdasarkan hasil uji F secara bersama-sama diperoleh pula besarnya pengaruh perkembangan kompetensi, disiplin, dan motivasi terhadap kinerja karyawan. Dengan nilai R (korelasi) adalah 0,749 dan nilai R Square (determinasi) adalah 0,56, menunjukkan bahwa variabel Y (kinerja karyawan) dipengaruhi oleh variabel X1 (kompetensi) dan variabel X2 (motivasi) secara bersama-sama, sebesar 56,1% dan sisanya sebesar 43,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

REFERENSI

- Akbar, Alfian Amidhan, (2015). Pengaruh Kompensasi, Motivasi, Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan CV Cemara Production Surabaya, Jurnal dan Riset Manajemen, Volume 4, Surabaya.
- Alfajar, Siti., Heru, Tri, (2010). Manajemen SDM Sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing, Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Handoko, Hani, (2012). Manajemen Personalia & Sumber Daya Manusia, Yogyakarta: BFFE.
- Hasibuan, Malayu, (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Jogiyanto, (2010). Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: FEB UGM.
- Keran, Kristina Nugi, (2012). Pengaruh Motivasi Kerja,

- Kompetensi dan Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan di Yayasan Bintang Timur Tangerang, Esa unggul.
- Priyatno, Duwi, (2013). Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS. Yogyakarta : Gava Media.
- Purnawanto, Budy, (2010). Manajemen SDM Berbasis Proses. Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nawawi, Hadari H., (2010). Perencanaan SDM untuk Organisasi Profit yang Kompetitif. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Noe, Raymond. Parmenter, David, (2011). Key Performance Indicators, Jakarta : Kompas Gramedia.
- Prabu Mangkunegara, Anwar. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purnawanto, Budy. (2010). Manajemen SDM Berbasis Proses Pola Pikir Baru pada Era Knowledge Economy. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rangkuti, Freddy. (2013). SWOT Balanced Scorecard Tehnik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mnegelola Kinerja dan Risiko. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rivai, Veithzal, (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Rivai, Veithzal., Fawzi, Ahmad, Jauvani, S., Murni, S., dan Abdullah, B., (2011). Performance Appraisal, Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sangadji, Etta Mamang., Sopiah. (2010). Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Santoso, Singgih, (2012). Aplikasi SPSS pada Statistik Non Parametrik. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Siagian, Sondang P., (2008). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sinambela, Lijan Poltak, (2012). Kinerja Pegawai. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Subekhi, Akhmad., Jauhar, Mohammad., (2012). Pengantar Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sudarmanto, R. Gunawan, (2013). Statistik Terapan Berbasis Komputer dengan Program IBM SPSS 19. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2012) Metode Penelitian Bisnis, Bandung : Alfabeta.
- Suhaji, Linawati, Pengaruh Motivasi, Kompetensi, Kepemimpinan, dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi pada PT. Herculon Carpet Semarang,

- Semarang, STIE Widya Manggala, Semarang.
- Suherman, Eman, (2012). Kiat Sukses Membangun SDM Indonesia , Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sunyoto, Danang. (2013). Teori, Kuesioner, dan Proses Analisis Data Perilaku Organisasional. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Suwatno. Tjutju, Yuniarsih, (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung: Alfabeta..
- Triyono, Ayon., (2012). Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Oryza.
- Tumanggor, Rusmin., Ridho, Kholis., Nurochim., (2012). Ilmu Sosial dan Budaya Dasar. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Wilson, J.B., (2011). Planning for Excellence Performance Merencanakan Kinerja Unggul, PPM Jakarta.
- Wirawan, (2012). Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori, Aplikasi, dan Penelitian. Jakarta : Salemba Empat.
- Zahara, Rita, (2010). Pengaruh Motivasi Kerja, Disiplin kerja, dan Kompetensi Pegawai terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Koleksi

Perpustakaan Universitas
Terbuka, Pangkal Pinang.