

Pengaruh Motivasi Kerja, Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare

Arsyadani Rusda^{a✉}, Dian Marlina Verawati^b, Ivo Novitaningtyas^c

^aUniversitas Tidar, ^bUniversitas Tidar, ^cUniversitas Tidar

✉ arsyadani.rusda@gmail.com

ABSTRACT. Manajemen sumber daya manusia merupakan faktor penting sebuah bisnis dalam mencapai tujuannya, tak terkecuali bisnis yang menganut sistem kemitraan online. Sebagai salah satu bisnis yang menerapkan sistem kemitraan online, CV. Herbiglow Natural Skincare tentunya tetap membutuhkan sumber daya manusia yang dapat berkerja dengan efektif yang dapat mendukung CV. Herbiglow Natural Skincare untuk terus berkembang dan mencapai tujuannya. Namun CV. Herbiglow Natural Skincare masih mengalami beberapa kendala berupa tingkat pendapatan bulanan yang tidak stabil sehingga mengalami penurunan, tingkat pendapatan pada CV. Herbiglow Natural Skincare selalu naik turun dan tidak stabil yang menyebabkan tidak tercapainya target omset bulanan, serta targettarget yang diberlakukan kepada para mitranya tidak selalu atau tidak setiap bulan tercapai oleh masing-masing mitra yang terdaftar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja, komunikasi, dan disiplin kerja terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Data untuk penelitian didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada mitra. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 190 orang dengan sampel sebanyak 66 orang. Teknik analisis data dilakukan dengan melakukan uji asumsi klasik dan juga analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi kerja dan komunikasi terbukti memiliki pengaruh signifikan dengan arah yang positif terhadap

efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare sedangkan disiplin kerja tidak berpengaruh terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare disebabkan kurangnya pengawasan dan ketegasan dari pihak CV. Herbiglow Natural Skincare kepada para mitranya sehingga mempengaruhi kedisiplinan kerja dari para mitranya.

Keyword: Motivasi Kerja 1; Komunikasi 2; Disiplin Kerja 3; Efektivitas Kerja 4

JEL Classification: M50 dan M54

INTRODUCTION

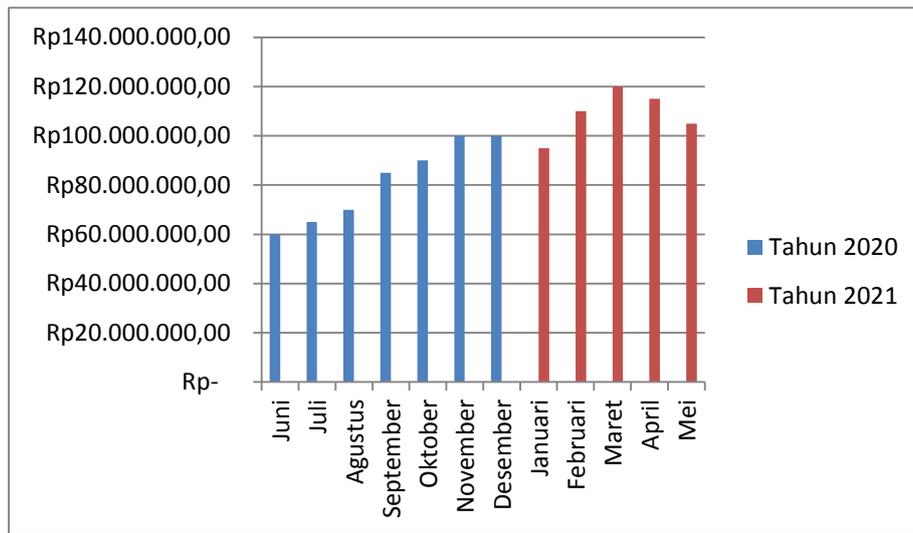
Sebuah perusahaan, organisasi, instansi, ataupun lembaga pasti memiliki sumber utama yang dinilai dapat menentukan keberhasilan dari organisasi tersebut adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Adanya anggapan tersebut memberikan kesimpulan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) dalam suatu perusahaan merupakan satu dari banyak sumber daya yang harus dikelola dengan baik. Pengelolaan yang dilaksanakan dengan baik bisa menjadi salah satu usaha dalam meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), serta meningkatkan kinerjanya untuk menciptakan keefektifitasan SDM dalam melakukan tugas dan tanggung jawabnya. Efektivitas merupakan kata yang berasal dari kata “efektif” yang mana “sebuah tugas bisa dikatakan efektif jika output kerjanya tersebut sesuai dengan sasaran dan di selesaikan dalam waktu yang telah direncanakan sebelumnya” (Murti, 2013). Seberapa baik SDM dalam sebuah perusahaan melakukan pekerjaannya dan sejauh mana SDM menghasilkan output sesuai harapan merupakan salah satu definisi dari efektivitas (Suherman, 2019). Tinggi rendahnya tingkat efektivitas kerja pada masing-masing individu dapat dilihat dari banyak hal, seperti diantaranya kualitas dan kuantitas output yang dihasilkan oleh perusahaan, tingkat pendapatan perusahaan setiap bulan atau setiap tahunnya, tercapai tidaknya tujuan perusahaan, dan juga tercapai tidaknya visi misi yang telah ditetapkan sebagai tujuan utama sebuah perusahaan.

Jika setiap Sumber Daya Manusia (SDM) di perusahaan memiliki kompetensi yang baik, maka dapat dikatakan bahwa operasional perusahaan akan berjalan dengan efektif, yang kemudian hal ini akan berpengaruh positif bagi perusahaan dalam upaya mencapai tujuannya. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dari sebuah organisasi tidak hanya bergantung pada kelengkapan dan kecanggihan teknologi yang terdapat pada organisasi, melainkan pada tingkat kualitas sumber daya manusia dan keefektifitasan sumber daya manusia organisasi dalam melakukan tanggung jawabnya. Dalam konteks ini, Sumber Daya Manusia (SDM) tidak hanya berarti karyawan atau bawahan dengan kontrak tertulis saja. Sumber daya manusia disini dapat bermakna lebih luas seperti anggota kemitraan dari sebuah perusahaan. Mitra perusahaan juga dianggap dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap efektivitas pada sebuah perusahaan dalam mencapai tujuan dan juga mencapai target-targetnya. Secara umum, pola kemitraan dapat didefinisikan sebagai bentuk kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk menjangkau tujuan yang telah ditetapkan (Anwar, 2020).

Saat ini, sistem bisnis yang dapat diterapkan oleh sebuah perusahaan dengan skala kecil hingga skala besar sudah sangat berkembang. Sistem bisnis kemitraan menjadi salah satu jenis sistem bisnis yang banyak digunakan saat ini oleh berbagai sektor bisnis. Sistem kemitraan ini dinilai dapat menjadikan pemasaran produk dilakukan secara lebih luas. Sistem kemitraan yang dapat diterapkan dalam sebuah bisnis memiliki banyak jenis, salah satunya yakni sistem kemitraan yang terdiri dari distributor, agen, reseller, dan juga marketer atau yang sering dikenal dengan sebutan dropshipper. Anggota kemitraan yang terdiri dari distributor, agen, reseller dan marketer merupakan bagian resmi dari sebuah perusahaan yang tidak terikat dengan kontrak tertulis. Anggota kemitraan ini bergabung dengan sebuah perusahaan dengan menyanggupi persyaratan yang berlaku dan dengan kesepakatan yang ada termasuk target-target penjualan bulanan atau tahunan yang harus dicapainya. Anggota kemitraan pada sistem ini dapat dikatakan sebagai SDM pemasar bagi perusahaan karena tugas utama dari kemitraan tersebut yakni memasarkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Adanya manfaat untuk memperluas jaringan pemasaran pada sistem kemitraan ini yang mana disebabkan karena keberadaan dari setiap personil mitra terdapat pada berbagai wilayah, banyak perusahaan yang menerapkannya, termasuk salah satunya adalah CV. Herbiglow Natural Skincare. CV. Herbiglow Natural Skincare merupakan salah satu

perusahaan yang mengembangkan brand skincare dan juga bodycare lokal yang saat ini sudah memiliki mitra resmi yang tersebar hampir diseluruh wilayah Indonesia.

CV. Herbiglow Natural Skincare memiliki sebuah permasalahan yang cukup kompleks berkaitan dengan kinerja perusahaan. CV. Herbiglow Natural Skincare memiliki jumlah mitra yang cukup banyak. Permasalahan kinerja yang dihadapi oleh CV. Herbiglow Natural Skincare tersebut disebabkan oleh kurangnya tingkat efektivitas kerja dari para mitra yang dimiliki oleh CV. Herbiglow Natural Skincare. Poin pertama permasalahan yakni mengenai tingkat pendapatan bulanan yang tidak stabil sehingga mengalami penurunan.



Gambar 1. Tingkat Pendapatan Bulanan CV. Herbiglow Natural Skincare Bulan Juni 2020 Hingga Mei 2021

Gambar di atas merupakan diagram tingkat pendapatan yang diperoleh CV. Herbiglow Natural Skincare setiap bulannya selama dua belas bulan, yakni bulan Juni 2020 hingga Mei 2021. Berdasarkan gambar di atas, dapat dikatakan bahwa pendapatan yang diterima oleh CV. Herbiglow Natural Skincare setiap bulannya relatif tidak stabil. Meskipun pada bulan Juni 2020 hingga bulan November 2020 tingkat pendapatan mengalami kenaikan terus menerus, namun pendapatan stagnan pada bulan November 2020 dan Desember 2020 yang kemudian mengalami penurunan dan juga kenaikan yang tidak stabil pada Januari 2021 hingga Mei 2021.

Poin permasalahan selanjutnya yakni mengenai target omset bulanan yang mana berdasarkan keterangan dari Ghina selaku owner dari CV. Herbiglow Natural Skincare mengatakan bahwa pihak CV. Herbiglow Natural Skincare telah menerapkan penargetan omset pada setiap bulannya, namun memang tingkat pendapatan pada CV. Herbiglow Natural Skincare selalu naik turun dan tidak stabil yang menyebabkan tidak tercapainya target omset bulanan tersebut. Selain isu mengenai ketidakstabilan pendapatan pada CV. Herbiglow Natural Skincare, permasalahan yang dihadapi oleh CV. Herbiglow Natural Skincare yakni terkait pencapaian target oleh para mitra. Para mitra yang telah bergabung dengan CV. Herbiglow Natural Skincare diberikan target bulanan yang berlaku untuk seluruh mitra. Berdasarkan keterangan Owner dari CV. Herbiglow Natural Skincare, target-target yang diberlakukan kepada para mitranya tidak selalu atau tidak setiap bulan tercapai oleh masing-masing mitra yang terdaftar.

Kinerja dari sebuah perusahaan sangat dipengaruhi oleh efektivitas SDM perusahaan yang berkontribusi secara langsung dalam proses operasional perusahaan. Hal ini juga berlaku pada mitra perusahaan yang menjadi SDM pemasar bagi perusahaan yang berkontribusi dan

berhubungan secara langsung dengan konsumen. Efektivitas kerja dari seorang mitra akan sangat mempengaruhi kinerja perusahaan yang dapat dilihat melalui tingkat pendapatan perusahaan, dan juga tercapai tidaknya target-target mitra yang kemudian akan mempengaruhi tercapai tidaknya target-target perusahaan yang telah ditentukan sebelumnya.

Motivasi yakni dorongan yang muncul dari diri sendiri ataupun melalui pihak lain. Motivasi akan memunculkan kesediaan seseorang dalam menjalankan pekerjaannya karena adanya rasa ingin untuk memenuhi kebutuhan (Cahyono, 2012). Dalam mendongkrak semangat kerja dari mitra CV.Herbiglow Natural Skincare untuk meningkatkan efektivitas kerja mitra, Owner dari CV.Herbiglow Natural Skincare memberi keterangan bahwa pihak pusat selalu memberikan motivasi kepada mitra yang mana salah satunya dengan penerapan reward yang berlaku bagi seluruh mitra. Macam-macam sistem reward yang telah diterapkan sangat beragam dan bisa diraih oleh mitranya berdasarkan tingkat penjualan dari masing-masing mitra. Tak hanya sampai disitu, dalam rangka memotivasi para mitra, CV.Herbiglow Natural Skincare juga menerapkan reward dengan target yang berbeda kepada seluruh mitra apabila mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Pemberlakuan sistem reward bagi para mitra ini dilakukan sebagai upaya untuk memotivasi mitra untuk selalu bersemangat dan meningkatkan efektivitas kerjanya sehingga berdampak pada peningkatan pada penjualannya. Selain penerapan reward sebagai upaya dalam memberikan motivasi kepada para mitranya, CV.Herbiglow Natural Skincare juga selalu memberikan semangat dan motivasi dengan memberikan ilmu mengenai penjualan melalui grup WhatsApp yang beranggotakan seluruh mitra, dan sesekali mengadakan seminar bisnis dengan mendatangkan berbagai sumber. Namun, berdasarkan keterangan dari Owner CV.Herbiglow Natural Skincare, upaya-upaya yang telah dilakukan untuk memotivasi para mitra sering kali tak membuahkan hasil.

Menurut Setiadi et al. (2016), Komunikasi yakni rangkaian pengalihan pengertian berupa gagasan atau informasi dari satu orang ke orang lain. Selain itu, komunikasi juga dapat diartikan sebagai penyampaian sebuah pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung (Permani, 2020). Adanya jarak yang ada antara pusat dengan para mitra, menjadikan CV.Herbiglow Natural Skincare mengalami kesulitan saat harus melakukan komunikasi dengan para mitranya. Berdasarkan keterangan dari owner, komunikasi melalui grup WhatsApp oleh CV.Herbiglow Natural Skincare kepada para mitra yang rutin dilakukan seringkali hanya menjadi komunikasi satu arah saja tanpa respon aktif dari para mitranya. Padahal dengan adanya jarak antara pusat dan para mitra, komunikasi melalui media sosial merupakan satu dari banyak metode yang dipakai untuk evaluasi mengenai hambatan ataupun kesulitan yang terjadi pada mitra dalam menjalankan penjualannya.

Disiplin kerja yakni bentuk kemauan serta kesadaran seseorang untuk patuh terhadap aturan yang ada, baik tertulis ataupun tidak tertulis, dan juga mampu menerima sanksi jika melanggar. Kedisiplinan dalam melakukan promosi oleh para mitra merupakan salah satu kunci dalam memperluas jaringan penjualan. Promosi penjualan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, terlebih jika dilakukan melalui online (sosial media). Dengan meningkatkan jaringan penjualan akan mempengaruhi tingkat penjualan produk oleh para mitra, sehingga dengan melakukan promosi yang disiplin akan meningkatkan efektivitas kerja para mitra. Berdasarkan pengamatan yang pada sosial media yang dikelola oleh para mitra, terhitung hanya sedikit dari mitra CV.Herbiglow Natural Skincare yang disiplin melakukan promosi pada setiap harinya. Mengenai hal diatas, pihak CV.Herbiglow Natural Skincare menerapkan beberapa cara untuk meningkatkan kedisiplinan dari masing-masing mitra, yang salah satunya yakni dengan memberlakukan sebuah program seperti target promosi yang harus dilakukan setiap harinya oleh mitra untuk menjaga serta meningkatkan kedisiplinan para mitranya sehingga dapat meningkatkan omset penjualannya. Namun, upaya yang dilakukan CV.Herbiglow Natural Skincare untuk meningkatkan kedisiplinan

mitra dalam melakukan promosi penjualan seringkali tidak membuahkan hasil, dan hanya beberapa mitra yang melakukan target yang diberlakukan oleh pusat.

Berdasarkan kondisi yang dihadapi oleh CV. Herbiglow Natural Skincare, oleh sebab itu, dibutuhkan penelitian untuk mencari tahu faktor-faktor yang diduga mempengaruhi efektivitas kerja mitra. Apabila tingkat efektivitas kerja dari para mitranya dapat ditingkatkan, maka diharapkan agar kinerja perusahaan dapat meningkat. Dengan demikian, bisnis dari CV. Herbiglow Natural Skincare dapat terus berkembang. Peneliti berharap, hasil dari penelitian ini bisa memberikan saran untuk CV. Herbiglow Natural Skincare untuk menyusun strategi dalam rangka meningkatkan efektivitas kerja SDM mitra.

METHODS

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini ialah asosiatif, yang mana penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji hipotesis dan menjabarkan hubungan antar variable (Irayanti & Tumbel, 2014). Pendekatan yang dipakai penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sarwono (2006) mengemukakan bahwa pendekatan kuantitatif digunakan untuk menunjukkan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Seluruh mitra dari CV. Herbiglow Natural Skincare yang berjumlah 190 orang dijadikan populasi dalam penelitian. Mitra dari CV. Herbiglow Natural Skincare terdiri dari 10 distributor, 30 agen, 50 reseller, dan 100 marketer atau dropshiper. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* yakni pemilihan sampel yang akan digunakan dalam penelitian dipilih dari sampel yang paling mudah dijangkau dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian (Suhartanto, 2014). Peneliti menggunakan jumlah sampel sebanyak 66 orang yang sudah mewakili setiap jenis kemitraan. Jumlah sampel yang digunakan peneliti dinilai sudah memenuhi pedoman sampel oleh Sekaran (2013) yang mengatakan bahwa sebaiknya sampel yang digunakan dalam penelitian diantara 30 sampai dengan 500 sampel. Untuk jumlah populasi sekitar 100, penggunaan sampel paling sedikit adalah 30% (Puteri, 2020). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini juga sudah memenuhi hal tersebut karena sampel yang digunakan sebanyak 66 orang atau kurang lebih sebanyak 35% dari jumlah populasi yang ada.

Data sekunder yakni data yang didapatkan secara tidak langsung (Nurwanda & Badriah, 2020). Data skunder yang dipakai pada penelitian ini didapatkan dari ilmu manajemen yang berkaitan dengan pembahasan peneliti yang diambil dari buku dan juga jurnal publikasi. Data primer dalam penelitian ini didapatkan peneliti dari wawancara yang dilakukannya dan melalui instrumen pengumpulan data kuesioner. Menurut Rosaliza (2015), wawancara yakni salah satu kaedah dalam pengumpulan data untuk penelitian. Wawancara dipakai guna mengumpulkan informasi atau fakta terkait objek yang diperlukan dalam penelitian. Wawancara dilakukan peneliti guna memperoleh informasi yang dinilai perlu dan penting untuk penelitian ini. Peneliti melakukan tanya jawab kepada owner CV. Herbiglow Natural Skincare melalui media online. Wawancara yang dilakukan peneliti bertujuan untuk mengetahui lebih dalam tentang CV. Herbiglow Natural Skincare sebagai objek dalam penelitian ini.

Kuesioner yakni salah satu instrumen dalam pengambilan data untuk penelitian yang bersisi pertanyaan yang dipakai untuk mendapatkan informasi dari responden sebagai upaya pengambilan informasi dan memperoleh opini dari responden (Ismail & Bahri, 2019). Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan peneliti untuk memberikan butir-butir pertanyaan kepada

responden. Untuk mengukur persepsi atau pendapat responden terhadap setiap pertanyaan, peneliti menggunakan skala Likert. Skala Likert mempunyai empat atau lebih pertanyaan yang digabungkan untuk membentuk skor atau nilai yang mewakili ciri-ciri individu, seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku (Syofian et al., 2015). Skor alternatif jawaban penelitian dapat dirangkum dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Skor Alternatif Jawaban Penelitian

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Pranatawijaya et al. 2019

Metode Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data

Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid jikalau pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada kuesioner tersebut bisa mengungkapkan suatu hal yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang dibuat oleh peneliti benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur oleh peneliti. Dilaksanakannya uji validitas dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Bandingkan nilai *Correlated Item – Total Correlation* dengan hasil perhitungan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator dapat dinyatakan valid (Ghozali, 2018). Sedangkan Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden atas pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden atas pertanyaan dikatakan reliabel jika setiap pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawabannya tidak boleh acak, karena setiap pertanyaan ingin mengukur hal yang sama. Jika jawaban setiap indikator acak, maka dapat dikatakan tidak reliabel. Dalam uji ini, peneliti menggunakan metode one shot dengan menggunakan alat bantu SPSS yang mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali, 2018).

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif akan memberikan gambaran tentang suatu data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif untuk mengetahui karakteristik responden yang akan dijadikan sampel penelitian. Dengan analisis statistik deskriptif ini, peneliti akan mengetahui identitas sampel seperti jenis kelamin, dan juga jenis kemitraan pada setiap responden. Hasil dari analisis ini kemudian akan di sajikan dalam bentuk tabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Uji normalitas dipakai untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi

normal atau tidak. Model regresi dapat dikatakan baik jika memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Pada analisis ini, peneliti dapat mendeteksi residual dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan hubungan antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan antar variabel bebas. Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam model regresi, peneliti bisa memperhatikan nilai VIF. Apabila nilai Tolerance ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 , maka dapat dikatakan bahwa antar variabel independen tidak terdapat korelasi (Ghozali, 2018).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, dikatakan homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memiliki homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, tes yang digunakan adalah tes Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai residual absolut terhadap variabel independen lainnya. Jika nilai variabel bebasnya signifikan, hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas dalam model. Ketika probabilitas signifikan berada di atas tingkat kepercayaan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk mencari tahu pengaruh antar dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Lasander, 2013). Bentuk persamaan analisis regresi linear berganda yakni sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	: Variabel Terikat
X	: Variabel Bebas
α	: Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃	: Koefisien Determinasi
e	: Kemungkinan Error

Uji F

Uji F dipakai untuk mengukur secara bersama (simultan) pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Harlie, 2012). Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Lasander, 2013).

Uji t

Uji t dipakai untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Hasil uji-t dapat diketahui pada output coefficient dari hasil analisis berganda. Pada uji t, jikalau nilai signifikan $t < 0,05$, maka H_0 ditolak, maka ada pengaruh yang

signifikan antara satu variabel independen terhadap dependen, dan jika nilai signifikan $t > 0,05$, maka H_0 diterima, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. nilai koefisien determinasi berada pada kisaran nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Jika nilai R^2 mendekati satu, dikatakan bahwa variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2018).

RESULT AND DISCUSSION

Uji Deskriptif Statistik

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	5	7.6
Perempuan	61	92.4
Total	66	100.0

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas bisa disimpulkan jika responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan dengan jumlah responden sebanyak 61 orang dan memiliki persentase sebesar 92.4 persen dari total keseluruhan yakni 100 persen. Pada jenis kelamin laki-laki terdapat responden sebanyak 5 orang dengan persentase sebanyak 7.6 persen.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kemitraan

Jenis Kemitraan	Jumlah	Persentase
Distributor	5	7.6
Agen	15	22.7
Reseller	34	51.5
Dropshiper/Marketer	12	18.2
Total	66	100.0

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan table diatas, bisa disimpulkan pada karakteristik responden berdasarkan jenis kemitraan dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kemitraan reseller yang berjumlah 34 orang dan memiliki persentase sebesar 51.5 persen dari total keseluruhan persentase yakni 100 persen. Responden dengan jenis kemitraan agen menempati posisi kedua sebagai responden yang mendominasi pada penelitian ini dengan jumlah responden sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 22.7 persen. Posisi ketiga yakni responden dengan jenis kemitraan dropshiper dengan jumlah 12 orang dan memiliki persentase sebesar 18.2 persen. Untuk jenis

kemitraan distributor memiliki responden dengan jumlah paling sedikit yaitu sebanyak 5 orang dengan persentase 7.6 persen

Uji Validitas

Tingkat signifikan yang dipakai oleh penelitian ini adalah 0.05. Dengan sampel sebanyak 66 orang, maka r tabel yang didapatkan sebesar $DF = 66-2 = 64$, r tabel sebesar 0.242. Berikut merupakan tabel hasil uji validitas dari keempat variabel yang digunakan peneliti, dengan sampel sebanyak 66 orang.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Efektivitas Kerja			
1	0.623	0.242	Valid
2	0.659	0.242	Valid
3	0.677	0.242	Valid
4	0.751	0.242	Valid
5	0.723	0.242	Valid
6	0.662	0.242	Valid
7	0.620	0.242	Valid
8	0.668	0.242	Valid
9	0.642	0.242	Valid
10	0.696	0.242	Valid
Motivasi Kerja			
1	0.670	0.242	Valid
2	0.773	0.242	Valid
3	0.642	0.242	Valid
4	0.700	0.242	Valid
5	0.735	0.242	Valid
6	0.772	0.242	Valid
7	0.749	0.242	Valid
Komunikasi			
1	0.737	0.242	Valid
2	0.696	0.242	Valid
3	0.785	0.242	Valid
4	0.823	0.242	Valid
5	0.739	0.242	Valid
6	0.706	0.242	Valid
7	0.579	0.242	Valid
8	0.610	0.242	Valid
Disiplin Kerja			
1	0.627	0.242	Valid
2	0.755	0.242	Valid
3	0.696	0.242	Valid
4	0.701	0.242	Valid

5	0.630	0.242	Valid
6	0.782	0.242	Valid
7	0.582	0.242	Valid
8	0.564	0.242	Valid
9	0.724	0.242	Valid
10	0.681	0.242	Valid

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang digunakan oleh peneliti adalah valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Efektivitas Kerja	0.857	Reliabel
Motivasi Kerja	0.837	Reliabel
Komunikasi	0.844	Reliabel
Disiplin Kerja	0.851	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa indikator variabel yang dipertanyakan bersifat reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai Cronbach Alpha pada masing-masing variabel melebihi 0.70.

Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

Unstandardized residual	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Hasil uji normalitas oleh peneliti dengan uji Kolmogorov-Smirnov bisa diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200, sedangkan nilai signifikansi yang dipakai yakni 0.05. Maka dapat dikatakan jika data yang dipakai oleh peneliti berdistribusi normal karena Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 > nilai signifikansi 0.05.

Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Motivasi Kerja	0.365	2.742
Komunikasi	0.239	4.179
Disiplin kerja	0.332	3.013

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan peneliti pada tabel diatas, diartikan bahwa tidak terindikasi adanya multikolinearitas pada data yang digunakan peneliti yang ditunjukkan oleh nilai pada Tolerance > 0.10 dan nilai pada VIF < 10.00 .

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
1 (Constant)	0.004
Motivasi Kerja	0.362
Komunikasi	0.526
Disiplin Kerja	0.564

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat dilihat jika nilai signifikansi untuk variabel motivasi kerja, komunikasi, dan disiplin kerja lebih besar dari 0.05. Sehingga, diambil kesimpulan untuk model regresi pengaruh motivasi kerja, komunikasi, dan disiplin kerja terhadap efektivitas kerja tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 9. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	
1 (Constant)	15.803	
Motivasi Kerja (X1)	0.512	
Komunikasi (X2)	0.536	
Disiplin Kerja (X3)	-0.159	

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan pengujian pada uji regresi linear berganda, didapatkan hasil seperti pada tabel diatas. Maka data tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 15.803 menunjukkan besarnya efektivitas kerja (Y) apabila variabel bebas (X) bernilai nol (0).
- Persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja (X1) memiliki arah regresi positif terhadap efektivitas kerja yakni B sebesar 0.512. Hal ini dapat diartikan jika variabel motivasi kerja mengalami peningkatan sebesar 1%, maka efektivitas kerja akan meningkat sebanyak 51.2% dengan asumsi variabel independen (X) yang lain konstan.
- Persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel komunikasi (X2) memiliki arah regresi positif terhadap efektivitas kerja yakni B sebesar 0.536. Hal ini dapat diartikan jika variabel motivasi kerja mengalami peningkatan sebesar 1%, maka efektivitas kerja akan meningkat sebanyak 53.6% dengan asumsi variabel independen (X) yang lain konstan.

- d. Persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel disiplin kerja (X3) memiliki arah regresi negatif terhadap efektivitas kerja yakni B sebesar -0.159. Hal ini dapat diartikan jika variabel motivasi kerja mengalami peningkatan sebesar 1%, maka efektivitas kerja akan menurun sebanyak 15.9% dengan asumsi variabel independen (X) yang lain konstan.

Uji F

$$F \text{ tabel} = F (k ; n-k)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel (66)

k = jumlah variabel X (3)

$$F \text{ tabel} = F (3 ; 66-3) = F (3 ; 63) = 2.75$$

Berikut merupakan tabel hasil uji F yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 10. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	18.311	0.000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil uji F diatas, diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel motivasi kerja, komunikasi, dan disiplin kerja secara simultan terhadap variabel efektivitas kerja yakni sebesar $0.000 < 0.05$ dengan nilai F hitung $18.311 > F \text{ tabel } 2.75$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel motivasi kerja (X1), komunikasi (X2), dan disiplin kerja (X3) secara simultan terhadap variabel efektivitas (Y).

Uji t

$$t \text{ tabel} = t (\alpha / 2 ; n-k-1)$$

Keterangan:

α = konstanta (0.05)

n = jumlah sampel (66)

k = jumlah variabel X (3)

$$t \text{ tabel} = t (0.05 / 2 ; 66-3-1) = t (0.025 ; 62) = 1.998$$

Berikut merupakan tabel hasil uji t yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 11. Hasil Uji t

Model	B	t	Sig.
(Constant)	15.803	4.183	0.000
Motivasi Kerja (X1)	0.512	2.474	0.016
Komunikasi (X2)	0.536	2.583	0.012
Disiplin Kerja (X3)	-0.159	-1.122	0.266

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Hasil uji t untuk variabel motivasi kerja (X1) dihasilkan nilai koefisien regresi positif sebesar 0.512, nilai t hitung sebesar 2.474 ($2.474 > 1.997$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.016 ($0.016 < 0.05$). Maka berdasarkan hasil uji diatas, dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini variabel motivasi kerja berpengaruh signifikan terhadap variabel efektivitas kerja (Y).
- b. Hasil uji t untuk variabel komunikasi (X2) dihasilkan nilai koefisien regresi positif sebesar 0.536, nilai t hitung sebesar 2.583 ($2.583 > 1.997$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.012 ($0.012 < 0.05$). Maka berdasarkan hasil uji diatas, dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini variabel komunikasi berpengaruh signifikan terhadap variabel efektivitas kerja (Y).
- c. Hasil uji t untuk variabel disiplin kerja (X3) dihasilkan nilai koefisien regresi negatif sebesar -0.159, nilai signifikansi sebesar 0.266 ($0.266 > 0.05$). Maka berdasarkan hasil uji diatas, dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini variabel disiplin kerja tidak berpengaruh terhadap variabel efektivitas kerja (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Adjusted R Square
1	0.444

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan output hasil uji koefisien determinasi, dapat dikatakan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0.444. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel motivasi kerja (X1), komunikasi (X2), dan disiplin kerja (X3) secara simultan terhadap variabel efektivitas kerja (Y) yakni sebesar 44.4%.

Pengaruh Variabel Motivasi Kerja Terhadap Efektivitas Kerja

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini, menunjukkan bahwa motivasi kerja memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja pada mitra CV. Herbiglow Natural Skincare. Hasil yang positif antara motivasi kerja dengan efektivitas kerja menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki cukup bukti untuk menjabarkan bahwa variabel motivasi kerja mempengaruhi efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Adanya pengaruh positif dari motivasi kerja terhadap efektivitas kerja menunjukkan bahwa semakin baik motivasi kerja yang diberikan oleh pihak CV. Herbiglow Natural Skincare kepada para mitranya, maka akan meningkatkan efektivitas kerja mitra tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori kognitif sosial oleh Albert Bandura yang mana dalam teori tersebut dikatakan bahwa seseorang akan bertindak atau berperilaku berdasarkan pengaruh dari sekitarnya dan juga berdasarkan kendali dari dirinya sendiri karena seseorang dapat melakukan pengaturan diri atas pikiran-pikiran dan tindakan mereka (Yanuardianto, 2019). Motivasi yang merupakan suatu dorongan yang timbul dari diri sendiri atau melalui pihak lain dapat meningkatkan efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Dalam hal motivasi kerja, pihak CV. Herbiglow Natural Skincare memberikan motivasi kepada mitra yang mana salah satunya dengan penerapan reward yang berlaku bagi seluruh mitra. Selain itu, pihak CV. Herbiglow Natural Skincare juga melakukan pemberian motivasi secara langsung kepada mitra berupa semangat dan juga ilmuilmu terupdate mengenai dunia online shop.

Pengaruh Variabel Komunikasi Terhadap Efektivitas Kerja

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Hasil yang positif dan signifikan antara komunikasi dengan efektivitas kerja menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki cukup bukti untuk menjabarkan bahwa variabel komunikasi mempengaruhi efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Adanya pengaruh positif dari komunikasi terhadap efektivitas kerja menunjukkan bahwa semakin baik jalinan komunikasi yang terjadi antara pihak CV. Herbiglow Natural Skincare dengan para mitranya, maka dapat meningkatkan efektivitas kerja mitra tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori kognitif sosial oleh Albert Bandura yang mana dalam teori tersebut dikatakan bahwa seseorang akan bertindak atau berperilaku berdasarkan pengaruh dari sekitarnya dan juga berdasarkan kendali dari dirinya sendiri karena seseorang dapat melakukan pengaturan diri atas pikiran-pikiran dan tindakan mereka (Yanuardianto, 2019). Dalam sebuah organisasi, komunikasi menjadi salah satu hal yang memiliki peran penting karena dengan adanya komunikasi yang efektif dapat meningkatkan efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Selain itu, umpan balik dalam melakukan komunikasi organisasi juga sangat diperlukan karena hal ini akan sangat membantu meningkatkan efektivitas komunikasi dua arah (Darmad, 2020). Dalam hal komunikasi, meskipun terdapat jarak antara pusat dengan para mitra yang menjadikan CV. Herbiglow Natural Skincare kesulitan saat harus melakukan komunikasi dengan para mitranya, namun CV. Herbiglow Natural Skincare tetap berusaha melakukan komunikasi media online yakni melalui grup *WhatsApp*.

Pengaruh Variabel Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja

Berdasarkan hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan bahwa disiplin kerja memiliki hubungan tidak signifikan terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Hasil estimasi ini dapat dibuktikan melalui nilai signifikansi sebesar 0.266 lebih dari ($>$) tingkat signifikansi 0.05 artinya terdapat hubungan yang tidak signifikan antara disiplin kerja dengan efektivitas kerja. Hasil ini menunjukkan bahwa disiplin kerja tidak berpengaruh terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Faktor lain yang menyebabkan mitra mengesampingkan disiplin kerja yaitu berdasarkan jawaban kuesioner oleh para mitra CV. Herbiglow Natural Skincare menyatakan bahwa beberapa dari mitra merasa bahwa dalam melakukan tugasnya mereka kurang pengawasan dari pihak CV. Herbiglow Natural Skincare, padahal dengan adanya pengawasan dapat meningkatkan kedisiplinan bagi para mitranya, yang mana hal ini dibuktikan dengan sejumlah 91.3% mitra menyetujui pernyataan diatas. Ketegasan pihak CV. Herbiglow Natural Skincare terhadap mitra juga sangat mempengaruhi kedisiplinan bagi para mitranya, namun 66.6% mitra merasa bahwa pada CV. Herbiglow Natural Skincare tidak atau belum diberlakukan sanksi apabila mitra tersebut tidak memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Motivasi kerja terbukti memiliki pengaruh signifikan dengan arah yang positif terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi kerja maka akan semakin meningkatkan efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare
- b. Komunikasi terbukti memiliki pengaruh signifikan dengan arah yang positif terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat komunikasi maka akan semakin meningkatkan efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare.
- c. Disiplin kerja tidak berpengaruh terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare. Hasil ini dikarenakan kurangnya pengawasan dan ketegasan dari pihak CV. Herbiglow Natural Skincare kepada para mitranya sehingga mempengaruhi kedisiplinan kerja dari para mitranya

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi kerja dan komunikasi menjadi variabel yang memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas kerja mitra. Hal ini dapat menjadi pertimbangan pihak CV. Herbiglow Natural Skincare dalam mempertahankan motivasi kerja mitra dengan tetap memberlakukan sistem dan kebijakan yang berlaku serta dapat menerapkan beberapa kebijakan untuk terus meningkatkan motivasi kerja yang ada seperti dengan meningkatkan jenis kemitraan bagi mitra apabila mitra mencapai target penjualan dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, pihak CV. Herbiglow Natural Skincare juga bisa mengadakan sebuah pelatihan khusus bagi mitra supaya dapat terus meningkatkan kemampuannya dan pengetahuannya serta lebih memahami mengenai tugas dan tanggung jawabnya sebagai mitra. Hasil yang positif pada variabel komunikasi terhadap efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare juga dapat menjadi pertimbangan bagi pusat untuk tetap selalu menjaga jalinan komunikasi dengan mitranya meskipun dinilai sulit karena adanya jarak yang ada. Untuk meningkatkan jalinan komunikasi antara pusat dengan mitra dapat menerapkan beberapa cara seperti dilakukannya pertemuan online secara rutin yang terjadwal seperti pertemuan rutin bulanan atau tahunan dengan mewajibkan seluruh mitranya untuk mengikuti pertemuan tersebut. Dengan adanya pertemuan rutin ini, dapat dimanfaatkan pusat untuk mengevaluasi atau mengetahui mengenai hambatan atau kesulitan mitra dalam memaksimalkan penjualannya, selain itu pihak pusat juga dapat melakukan diskusi untuk memberikan solusi dari setiap permasalahan mitra, sehingga mitra merasa bahwa dengan adanya komunikasi dua arah antara pusat dengan mitra dapat membantu mereka untuk menyelesaikan permasalahannya sehingga efektivitas kerja dari para mitranya terus membaik. Selain itu, pihak CV. Herbiglow Natural Skincare diharapkan terus berusaha untuk meningkatkan disiplin kerja para mitranya dengan lebih memberikan pengawasan dan/atau lebih tegas dalam memberlakukan sanksi bagi para mitra yang tidak memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan sehingga disiplin kerja ini dapat membantu dalam meningkatkan efektivitas kerja bagi para mitranya. Adanya penelitian ini, diharapkan dapat membantu CV. Herbiglow Natural Skincare dalam membuat kebijakan-kebijakan yang akan diberlakukan untuk meningkatkan efektivitas kerja mitra pada CV. Herbiglow Natural Skincare.

References

- Anwar, M. (2020). Model Kemitraan Bisnis Antar Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Sasanti Institute.
- Cahyono, A. (2012). Analisa Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Dosen Dan Karyawan Di Universitas Pawayatan Daha Kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 283–298.
- Darmad, I. D. G. (2020). Pengaruh Komunikasi Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Kantor Camat Blahbatuh Di Kabupaten Gianyar. Digital Repository Ngurah Rai University. <http://repo.unr.ac.id/id/eprint/183>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harlie, M. (2012). Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi dan Pengembangan Karier terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Pemerintah Kabupaten Tabalong di Tanjung Kalimantan Selatan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(4), 860–867.
- Irayanti, D., & Tumbel, A. L. (2014). Analisis Kinerja Keuangan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Di BEI. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1473–1482.
- Ismail, & Bahri, F. P. Al. (2019). Perancangan E-Kuisisioner Menggunakan CodeIgniter dan React-Js sebagai Tools Pendukung Penelitian. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika)*, 3(2), 337–347. <https://doi.org/10.30645/j-sakti.v3i2.152>
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 284–293.
- Murti, N. (2013). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur Area Pelayanan dan Jaringan Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 6(2), 78049.
- Nurwanda, A., & Badriah, E. (2020). Analisis Program Inovasi Desa Dalam Mendorong Pengembangan Ekonomi Lokal Oleh Tim Pelaksana Inovasi Desa (PID) Di Desa Bangunharja Kabupaten Ciamis. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 7(1), 68–75. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/dinamika/article/download/3313/pdf>
- Permani, D. R. (2020). Pengaruh Komunikasi Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Pada Kantor Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP) Kota Samarinda. *Administrasi Publik*, 1(2), 1648–1665.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Rosaliza, M. (2015). Wawancara, Sebuah Interaksi Komunikasi Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmu Budaya*, 11(2), 71–79.
- Puteri, H. E. (2020). Menentukan Populasi dan Sampel Dalam Riset-Riset Ekonomi dan Perbankan Islam. *ReaseachGate*, 1–15.
- Sarwono, J. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (1st ed.). Penerbit Graha Ilmu.
- Sekaran, U. 2013. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta: Salembaempat.
- Setiadi, A., HS, E. W., & Taufiq, M. (2016). Analisis Komunikasi Dan Kompetensi Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Pengembangan Karir Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Akademi Kepolisian). *Dharma Ekonomi*, 44, 65–69.
- Suhartanto, D. (2014). Metode Riset Pemasaran. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suherman. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Efektivitas Kerja Pegawai Di Kantor Kecamatan Sumedang Utara Kabupaten Sumedang. *Jurnal KAPemda*, 14(9), 144–155.
- Syofian, S., Setyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web. *Prosiding SEMNASTEK Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah*

Jakarta, 1–8.

Yanuardianto, E. (2019). Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis Dalam Menjawab Problem Pembelajaran di MI). *Auladuna : Jurnal Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 1(2), 94–111. <https://doi.org/10.36835/au.v1i2.235>