

## Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Di Sogo Branded Store

Aldi Noeryansyah<sup>1\*)</sup>, Dwi Gema Soegesti<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup>Manajemen

\*) Email : aldinoeryansyah@gmail.com

**Abstrak** Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh pada Roti Bakar Bahagia Kedaton, Bandar Lampung. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (explanatory research) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 30 responden yang merupakan Pelanggan Roti Bakar Bahagia Kedaton, Bandar Lampung dengan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur (Path Analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: variabel Kualitas Produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel Kepuasan; variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; variabel Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dengan demikian, sebaiknya Roti Bakar Bahagia Kedaton, Bandar Lampung terus meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk. Hal tersebut akan mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan menjadi loyal.

**Kata Kunci:** Kompensasi, Intensif, Kinerja

---

### PENDAHULUAN

Manajemen sumber daya manusia merupakan satu bidang manajemen yang khusus mempelajari hubungan dan peranan manusia dalam organisasi. Manajemen sumber daya manusia mengatur tenaga kerja yang ada di dalam organisasi, sehingga dapat terwujud tujuan organisasi dan kepuasan kerja karyawan (Putri & Ghazali, 2021). Manajemen sumber daya manusia juga dapat menghasilkan kinerja yang baik dalam sebuah perusahaan dengan cara penilaian, pemberian balas jasa dalam setiap individu anggota organisasi sesuai dengan kemampuan kerjanya (Defia Riski Anggarini, 2020). Manajemen sumber daya manusia adalah ilmu dan seni mengatur hubungan dan peranan tenaga kerja agar efektif dan efisien membantu terwujudnya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat (Damayanti et al., 2020) Sumber daya manusia adalah ilmu yang mempelajari bagaimana memberdayakan karyawan dalam perusahaan, membuat pekerjaan, kelompok kerja, mengembangkan kualitas para karyawan yang mempunyai kemampuan, mengidentifikasi suatu pendekatan untuk dapat mengembangkan kinerja karyawan dan memberikan imbalan kepada mereka atas usahanya dan bekerja (LIA FEBRIA LINA, 2019) Sumber daya manusia dipandang sebagai aset penting bagi perusahaan, karena manusia merupakan sumber daya yang dinamis dan selalu dibutuhkan dalam setiap proses produksi barang atau jasa. Sumber daya manusia merupakan faktor yang sentral dalam keberlangsungan suatu organisasi (Permatasari & Anggarini, 2020). Apapun bentuk serta tujuannya, organisasi dibuat berdasarkan visi untuk kepentingan manusia dan dalam pelaksanaan misinya dikelola dan diatur oleh manusia, sehingga sesempurna apapun sebuah organisasi tanpa adanya campur tangan manusia, kegiatan pencapaian tujuan tidak akan berjalan (ANGGARINI & PERMATASARI, 2020). Seseorang yang bekerja akan merasa lebih dihargai oleh masyarakat di sekitarnya, dibandingkan yang tidak bekerja (Lina & Permatasari, 2020). Agar menjamin tercapainya keselarasan tujuan, pimpinan organisasi bisa memberikan

perhatian dengan memberikan kompensasi, karena kompensasi merupakan bagian dari hubungan timbal balik antara organisasi dengan sumber daya manusia (Permatasari, n.d.).

Sumber daya manusia dalam hal tenaga kerja berperan dalam perusahaan, sehingga dibutuhkan tenaga kerja yang terdidik dan siap pakai untuk mendukung pengembangan perusahaan. Menurut (Permatasari, 2019) bahwa hasil kinerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Agar perusahaan dapat bersaing dengan industri yang sejenis lainnya, perusahaan harus mempunyai keunggulan kompetitif yang sangat sulit ditiru, yang hanya akan diperoleh dari karyawan yang produktif, inovatif, kreatif selalu bersemangat dan loyal (Novita & Husna, 2020b). Karyawan yang memenuhi kriteria seperti itu hanya akan dimiliki melalui penerapan konsep dan teknik manajemen sumber daya manusia yang tepat dengan semangat kerja yang tinggi (Novita et al., 2020). Agar dapat meningkatkan kinerja seorang karyawan di perusahaan dengan cara pemberian imbalan yang setara dengan pekerjaan yang telah dilakukan oleh karyawan. Apabila seseorang yang telah bekerja melampaui target membuat karyawan mendapatkan imbalan dari hasil kinerja yang telah dicapai. Di dalam organisasi adalah kompensasi yang memadai Menurut (Novita & Husna, 2020c) kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka. Kompensasi juga merupakan suatu penghargaan yang diberikan karyawan baik langsung maupun tidak langsung, finansial maupun non finansial yang adil kepada karyawan atas kinerja mereka dalam mencapai tujuan organisasi, sehingga pemberian kompensasi sangat dibutuhkan oleh perusahaan manapun guna meningkatkan kinerja karyawannya (Husna et al., 2021). Adapun bentuk kompensasi finansial adalah gaji, tunjangan, bonus (insentif), dan komisi. Sedangkan untuk kompensasi non-finansial diantaranya pelatihan, wewenang dan tanggung jawab, penghargaan atas kinerja serta lingkungan kerja yang mendukung. Jadi untuk mendapatkan kompensasi yang sesuai dengan kinerja karyawan maka dibutuhkan pula karyawan-karyawan yang memiliki potensi yang baik guna tercapainya tujuan bersama (Novita & Husna, 2020a). Oleh karena itu di dalam sebuah kompensasi terdapat beberapa kompensasi berupa kompensasi finansial yaitu insentif.

Menurut (Husna & Novita, 2020) insentif adalah peningkatan gaji yang dihadiahkan kepada seorang karyawan pada satu waktu yang ditentukan dalam bentuk gaji pokok yang lebih tinggi, biasanya didasarkan secara eksklusif pada kinerja individual. Insentif umumnya dilakukan sebagai strategi untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan dengan memanfaatkan perilaku pegawai yang mempunyai kecenderungan kemungkinan bekerja (Herlinda et al., 2021). Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa produktivitas kerja karyawan juga dipengaruhi adanya keadilan gaji atau insentif. Semakin besar kontribusi seorang karyawan terhadap perusahaan maka semakin besar pula yang harusnya diberikan perusahaan sebagai reward kepada karyawan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang kinerja karyawan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat diangkat judul. **“PENGARUH INSENTIF TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI SOGO BRANDED STORE ”**

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pengertian Insentif**

(Riski, 2018) Insentif adalah tindakan menjadikan atau membuat suatu motivasi dan menyebarkannya secara massal. Secara tradisional, insentif berupa tindakan yang melebihi hasil yang diharapkan dan membentuk motivasi dari luar. Pada dasarnya pemberian

insentif senantiasa dihubungkan dengan balas jasa atas prestasi ekstra yang melebihi suatu standar yang telah ditetapkan, serta telah disetujui bersama (Fauzi et al., 2021a). Insentif memberikan penghargaan dalam bentuk pendapatan ekstra untuk usaha ekstra yang dihasilkan. Prinsip pemberian insentif ini berhubungan dengan kinerja karyawan yang melampaui standar yang telah ditetapkan perusahaan (Damayanti, 2020). Atas kerja keras dan prestasi kerja tersebut, maka karyawan akan mendapatkan penghargaan, bisa dalam bentuk uang, barang, dan lainnya (Sedyastuti et al., 2021).

Pengaturan insentif harus ditetapkan dengan cermat dan tepat serta harus dikaitkan secara erat dengan tujuan-tujuan perusahaan yang bersangkutan (Fauzi et al., 2021b). Jumlah insentif yang diberikan kepada seseorang harus dihubungkan dengan jumlah atau apa yang telah dicapai selama periode tertentu, sesuai dengan rumus pembagian yang telah diketahui semua pihak secara nyata (Suwarni & Handayani, 2021). Rumus pembagian insentif ditetapkan secara adil, sehingga dapat mendorong meningkatkan lebih banyak keluaran (output) kerja dan meningkatkan keinginan kuat untuk mencapai tambahan penghasilan, serta dapat menguntungkan semua pihak (Febria Lina & Setiyanto, 2021). Insentif adalah sistem pemberian balas jasa yang dikaitkan dengan kinerja, baik bersifat materil maupun bersifat non materil yang dapat memberikan motivasi atau daya pendorong bagi karyawan untuk bekerja lebih baik dan bersemangat, sehingga kinerja karyawan atau hasil kerja lebih meningkat yang pada akhirnya tujuan perusahaan dapat tercapai (Fauzi et al., 2020). Menurut (Suwarni & Handayani, 2020) Insentif merupakan rangsangan yang diberikan kepada karyawan dengan tujuan untuk mendorong karyawan dalam bertindak dan berbuat sesuatu untuk tujuan perusahaan.

### **Pengertian Kinerja**

(Ameraldo et al., 2019) Kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan visi dan misi organisasi yang di tuangkan melalui perencanaan strategi suatu organisasi.

Arti kata kinerja berasal dari taka-kata job performance dan di sebut juga actual performance atau prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang telah di capai oleh seseorang kariyawan (Ameraldo & Ghazali, 2021) .Menurut oxfoord dictionary, kinerja (performance) merupakan suatu tindakan proses atau cara bertindak atau melakukan fungsi organisasi. (Nani & Ali, 2020) menyimpulkan pengertian kinerja karyawan atau defisi kinerja atau performance sebagai hasil kinerjayang dapat dicapai oleh seseorang aau kelompok orang dalam suatu organisasi baik secara kualitatif maupun secara kuantitatif, sesuai dengan kewewenangan, tugas dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya mencapai tujmuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral ataupun etika.

Kinerja atau performance merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian suatu pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tuijuan, visi dan misi organisasi yang di tuangkangan melalui perencanaan suatu strategi organisasi (Nani, 2019).

Kinerja sebagai hasil-hasil fungsi pekerjaan/kegiatan seseorang atau kelompok dalam suatu kegiatan organisasi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor untuk mencapai tujuan organisasi dalam periode tertentu (Dhiona Ayu Nani, 2021). Fungsi kegiatan atua pekerjaan yang dimaksud disini ialah pelaksanaan hasil pekerjaan atau kegiatan seseorang atau kelompok yang menjadi wewenang dan tanggung jawabnya dalam suatu organisasi. Pelaksanaan hasil pekerjaan/prestasi kerja tersebut diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi dalam jangka waktu tertentu (Darmajaya & Nani, 2020).

(Lina & Nani, 2020) Kinerja karyawan merupakan suatu hasil yang dicapai oleh karyawan tersebut dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan tertentu, kinerja karyawan dapat dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut: a) keputusan tase segala aturan yang telah ditetapkan organisasi. b) dapat melaksanakan tugas atau pekerjaannya tanpa kesalahan atau dengan tingkat kesalahan yang paling rendah. c) ketepatan dalam menjalankan tugas. (Safitri & Nani, 2021) Aspek-aspek kinerja karyawan dapat dilihat sebagai berikut: a) hasil kerja, bagaimana seseorang itu mendapatkan sesuatu yang dikerjakannya. b) kedisiplinan yaitu ketepatan dalam menjalankan tugas, bagaimana seseorang menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan tuntutan waktu yang dibutuhkan. c) tanggung jawab dan kerja sama, bagaimana seseorang bisa bekerja dengan baik walaupun dalam dengan ada dan tidaknya pengawasan. Aspek-aspek diatas sejalan dengan. (Fadly et al., 2020) bahwa kinerja karyawan adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

(Nani & Safitri, 2021) Kinerja dapat diukur dan diketahui jika individu atau sekelompok karyawan telah mempunyai kriteria atau standart keberhasilan tolak ukur yang telah ditetapkan oleh organisasi. oleh karena itu jika tanpa tujuan dan target yang ditetapkan dalam pengukuran, maka pada seseorang atau kinerja organisasi tidak mungkin dapat diketahui bila tidak ada tolak ukur keberhasilan. Pengukuran atau penilaian kinerja (performance measurement) mempunyai pengertian suatu proses penilaian tentang suatu kemajuan pekerjaan terhadap tujuan dan sasaran dalam pengelolaan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang dan jasa termasuk informasi atas efisiensi serta efektifitas tindakan dalam mencapai tujuan organisasi (Panjaitan et al., 2020). Penilaian kerja (performance appraisal) adalah proses mengevaluasi seberapa baik karyawan melakukan pekerjaan mereka jika dibandingkan dengan dengan seperangkat standart dan kemudian mengkomunikasikan informasi tersebut kepada karyawan. Penilaian kinerja juga disebut pemeringatan karyawan, evaluasi karyawan, tinjauan karyawan, evaluasi kinerja dan penilaian hasil (Febrian & Ahluwalia, 2020).

Penilaian kinerja digunakan secara luas untuk mengelolah upah dan gaji, memberikan umpan balik kinerja dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan karyawan individual (Handayani, 2014). Sebagian besar penilaian adalah tidak konsisten hanya berorientasi pada jangka pendek, subjektif dan berguna hanya untuk mengidentifikasi karyawan yang bekerja sangat baik atau sangat buruk, penilaian kinerja yang dilakukan dengan buruk akan membawa hasil yang mengecewakan untuk semua pihak yang terkait, tetapi tanpa menialain kinerja formal akan membatasi pilihan pemberi kerja yang berkaitan dengan pendisiplinan dan pemecatan (Febrian & Fadly, 2021).

## **METODE**

Objek penelitian merupakan suatu sifat, atribut atau nilai dari objek yang akan diteliti atau kegiatan yang mempunyai beberapa variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan objek penelitian merupakan suatu hal yang akan diteliti untuk tujuan tertentu. Pada penelitian dilakukan di SOGO Branded Store. Penelitian ini mengenai analisis pengaruh insentif terhadap kinerja karyawan di SOGO Branded Store. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pengukuran variabel-variabel penelitian berupa angka dan kemudian dianalisis menggunakan statistik. Proses dalam melakukan pendekatan penelitian ini memiliki beberapa tahapan diantaranya yaitu peneliti mengumpulkan data-data melalui pengamatan dan penyebaran kuesioner yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang akurat sesuai dengan penelitian yang dilakukan. populasi dalam penelitian ini adalah:

karyawan SOGO Branded Store. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang di ambil oleh peneliti sebanyak 30 orang yang merupakan bagian dari populasi. Terdapat beberapa teknik dalam pengambilan sampling menurut (Fadly & Wantoro, 2019) teknik sampel atau teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang bertujuan untuk menentukan sampel yang akan digunakan peneliti dalam melakukan penelitian. Teknik sampel dibagi menjadi dua yaitu teknik probability sampling dan teknik non probability sampling. dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang dan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih untuk menjadi sampel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 30 kuesioner telah disebarkan kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah karyawan Sogo Branded Store. Berikut ini gambaran tentang profil karyawan Sogo Branded Store, gambaran ini diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin responden, usia responden, dan lama bekerja responden. Profil karyawan Sogo Branded Store, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki – Laki	5	17
2	Perempuan	25	83
Total		30	100

*Sumber: Diolah dari Data primer (Kuesioner) 2020*

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa profil karyawan Sogo Branded Store yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, terlihat bahwa 25 orang atau 83% responden berjenis kelamin perempuan dan 5 orang atau 17% responden berjenis kelamin laki-laki. Berikut ini adalah data mengenai jumlah responden yang diklasifikasikan berdasarkan usia responden:

**Tabel 2**

No.	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
1	18 – 20	10	35
2	21 – 24	14	45
3	25 - 30	6	20
Total		30	100

*Sumber: Diolah dari Data primer (Kuesioner) 2020*

Berdasarkan data dari tabel di atas bahwa ada 10 orang atau 35% responden yang berusia 17 – 20, sedangkan yang berusia antara 21 – 24 tahun ada 14 orang atau 45% dari jumlah keseluruhan responden dan 6 orang atau 20% yang berusia antara 25 – 30 tahun. Berikut ini adalah data mengenai jumlah responden yang diklasifikasikan berdasarkan lama bekerja responden:

**Tabel 3**

No.	Lama Bekerja (Tahun)	Jumlah	Persentase
1	1 – 2	16	55
2	3 – 4	9	29
3	5 – 6	5	16
Total		30	100

*Sumber: Data primer (Kuesioner), diolah (2020)*

### Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat valid tidaknya instrument kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item – item yang tersaji dalam kuesioner benar – benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu insentif (X) dan kinerja (Y). Proses perhitungan analisis faktor untuk uji validitas digunakan bantuan program IBM SPSS 20 dengan standar valid adalah 0.237, berikut hasil analisis faktor masing–masing indikator dapat dilihat dibawah ini :

**Tabel 4**

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Insentif	X.1	0.712	Valid
	X.2	0.599	Valid
	X.3	0.557	Valid
	X.4	0.797	Valid
	X.5	0.658	Valid
Kinerja	Y.1	0.851	Valid
	Y.2	0.868	Valid
	Y.3	0.758	Valid
	Y.4	0.692	Valid
	Y.5	0.766	Valid

*Sumber: Diolah dari Data primer (Kuesioner) 2020*

Berdasarkan hasil pengujian validitas pada tabel 4.6 diketahui seluruh butir pernyataan variabel insentif menunjukkan nilai lebih besar dari 0.296 dengan nilai terendah 0.557 dan nilai tertinggi 0.868. Dengan demikian keseluruhan butir pernyataan variabel di atas dinyatakan valid dan memenuhi syarat sebagai alat ukur variabel insentif.

### Hasil Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas dilakukan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Untuk itu uji reliabilitas ini digunakan teknik Alpha cronbach (arikunto, 1998).

**Tabel 5**

Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
Insentif	0.667	0.60	Reliabel
Kinerja	0.835	0.60	Reliabel

*Sumber: Diolah dari Data primer (Kuesioner) 2020*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel insentif dan variabel kinerja karyawan, seluruhnya menunjukkan nilai Cronbach Alpha berada di atas 0,60. Hasil ini berarti alat ukur yang digunakan memenuhi syarat dan dapat diandalkan. Dalam hal ini bila Reliability coefficient ( Alpha ) nilainya > 0,60 maka variabel dan butir yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan (sunnyoto,2007:107).

### Hasil Uji Regresi Linier (Sederhana)

Berikut ini adalah hasil regresi sederhana guna menjawab permasalahan yang menjadi kajian peneliti, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemberian insentif terhadap kinerja karyawan di SOGO Baranded Store.

**Tabel 6**

Model	Unstandlzed Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Kostan	9,846	2,300	
Variabel Insentif	0,601	0,104	0,738

*Sumber: Diolah dari Data primer (Kuesioner) 2020*

Untuk menetapkan rumusan persamaan regresi sederhana pengaruh pemberian insentif terhadap kinerja karyawan pada Sogo Branded Store dilakukan analisis koefisien regresi. Hasilnya adalah sebagai berikut : konstanta regresi : 9,846, koefisien regresi variabel insentif ( X ) : 0,601.

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi di atas, maka rumus persamaan regresi linier sederhana adalah :

$$Y = 9,846 + 0,601X + e$$

Persamaan regresi linier sederhana ini dapat diartikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta 9,846, artinya jika insentif adalah 0, maka kinerja karyawan nilainya sebesar 9,846
- Nilai koefisien regresi insentif (X) 0,601, tingkat signifikan uji-t sebesar 0,000 (< 0,05). hasil ini membuktikan bahwa kinerja karyawan secara signifikan akan meningkat sebesar 60,1% jika insentif bagi karyawan Sogo Branded Store meningkat 1%.

#### **Analisis Koefisien Determinasi**

Korelasi menjelaskan hubungan antara variabel bebas X yang tersusun dalam model persamaan regresi yaitu insentif berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan di Sogo Branded Store ( Y ). Sedangkan koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel kinerja karyawan di Sogo Branded Store. Berikut ini di sajikan output model summary IBM SPSS 20 pada tabel 4.9 dibawah ini :

**Tabel 7**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,738 <sup>a</sup>	,545	,529	1,497

*Sumber: Diolah dari Data primer (Kuesioner) 2020*

Berdasarkan tabel diatas, koefisien R sebesar 0,738 berarti variabel bebas memiliki hubungan yang erat dengan kinerja karyawan di Sogo Branded Store sedangkan R<sup>2</sup>(koefisien determinasi) adalah sebesar 0,545 atau 54,5%. Ini berarti variabel bebas X dapat menjelaskan kinerja karyawan pada Sogo Branded Store dengan kontribusi sebesar 54,5% sedangkan 45,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain seperti kepemimpinan, disiplin dan lainnya.

#### **Hasil Uji F (simultan/serempak)**

**Tabel 8**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	75,120	1	75,120	33,522	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	62,746	28	2,241		
Total	137,867	29			

*Sumber: Diolah dari Data primer (Kuesioner) 2020*

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan hasil uji ANOVA atau F Test bahwa hasil F hitung sebesar 33,522. Hal ini berarti bahwa F hitung lebih besar dari F tabel yaitu 4,18 yang artinya positif, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari ( $<0,05$ ) berarti insentif berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Jika ada peningkatan dan perbaikan pada program insentif bagi karyawan di Sogo Branded Store di masa mendatang, semakin tinggi insentif bagi karyawan maka semakin tinggi kinerja karyawan, sebaliknya semakin rendah insentif maka semakin rendah pula kinerja karyawan di departemen penjualan Sogo Branded Store.

### Hasil Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 9**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Kostan	9,846	2,300		4,281	,000
Variabel Insentif	0,601	0,104	0,738	5,790	,000

Sumber: Diolah dari Data primer (Kuesioner) 2020

Variabel Insentif (X) Untuk Uji hipotesis pengaruh X terhadap Y, dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t-statistik, dengan t-hitung (5,790) dan sig. sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 yang berarti variabel insentif berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan di Sogo Branded Store. Oleh karena itu diambil keputusannya adalah terima H1 dan tolak H0.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji Regresi Linier (sederhana) menunjukkan bahwa kinerja karyawan secara positif akan meningkat sebesar 60,1%, jika insentif yang diberikan terhadap karyawan Sogo Branded Store meningkat sebesar 1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemberian insentif berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja karyawan Sogo Branded Store. Dengan demikian hipotesis diterima

### REFERENSI

- Ameraldo, F., & Ghazali, N. A. M. (2021). Factors Influencing the Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Shari'ah Compliant Companies. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 960–984.
- Ameraldo, F., Saiful, S., & Husaini, H. (2019). Islamic Banking Strategies In Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare. *Ikonomika*, 4(1), 109–136.
- ANGGARINI, D. R., & PERMATASARI, B. (2020). *Pengaruh nilai tukar dolar dan inflasi terhadap perekonomian indonesia*. 1(2).
- Damayanti, D. (2020). RANCANG BANGUN SISTEM PENGUKURAN KESELARASAN TEKNOLOGI DAN BISNIS UNTUK PROSES AUDITING. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(2), 92–97.
- Damayanti, D., Sulistiani, H., Permatasari, B., Umpu, E. F. G. S., & Widodo, T. (2020). Penerapan Teknologi Tabungan Untuk Siswa Di Sd Ar Raudah Bandar Lampung. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 25–30.

- Darmajaya, J. B., & Nani, D. A. (2020). Efektivitas Penerapan Sistem Insentif Bagi Manajer Dan Karyawan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 6(1), 44–54.
- Defia Riski Anggarini, B. P. (2020). *Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar*. 06(02), 27–37.
- Dhiona Ayu Nani, V. A. D. S. (2021). *HOW DOES ECO-EFFICIENCY IMPROVE FIRM FINANCIAL PERFORMANCE? AN EMPIRICAL EVIDENCE FROM INDONESIAN SOEs*. 4(1), 6.
- Fadly, M., Muryana, D. R., & Priandika, A. T. (2020). SISTEM MONITORING PENJUALAN BAHAN BANGUNAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN KEY PERFORMANCE INDICATOR. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 1(1), 15–20.
- Fadly, M., & Wantoro, A. (2019). Model Sistem Informasi Manajemen Hubungan Pelanggan Dengan Kombinasi Pengelolaan Digital Asset Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Darmajaya*, 1, 46–55.
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2020). WOMEN ENTREPRENEURSHIP IN THE DEVELOPING COUNTRY: THE EFFECTS OF FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY ON SMES' GROWTH. *Journal of Governance and Regulation*, 9(4), 106–115. <https://doi.org/10.22495/JGRV9I4ART9>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021a). Mapping potential sectors based on financial and digital literacy of women entrepreneurs: A study of the developing economy. *Journal of Governance and Regulation*, 10(2 Special Issue), 318–327. <https://doi.org/10.22495/JGRV10I2SIART12>
- Fauzi, F., Antoni, D., & Suwarni, E. (2021b). *MAPPING POTENTIAL SECTORS BASED ON FINANCIAL AND DIGITAL LITERACY OF WOMEN ENTREPRENEURS: A STUDY OF THE DEVELOPING ECONOMY*. 10(2), 318–327. <https://doi.org/10.22495/jgrv10i2siart12>
- Febria Lina, L., & Setiyanto, A. (2021). Privacy Concerns in Personalized Advertising Effectiveness on Social Media. *SIJDEB*, 5(2), 147–156. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i2.147-156>
- Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi Febrian, A., & Ahluwalia, L. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek pada Kepuasan dan Keterlibatan Pelanggan yang Berimplikasi pada Niat Pembelian di E-Commerce. *J. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 13(3), 254. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i3.19967>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase Intention Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase Intention in Indonesia Moderated by Cultur. *Binus Business Review*, 12(1), 41–51. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6419>

- Handayani, M. A. (2014). INOVASI PRODUK SEBAGAI ALTERNATIF KONVERSI AKAD PEMBIAYAAN MURABAHAH DENGAN SISTEM MUSYARAKAH (Studi Kasus Pada Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang). *Fordema*, 11(2), 35–47.
- Herlinda, V., Darwis, D., & Dartono, D. (2021). ANALISIS CLUSTERING UNTUK RECREDESIALING FASILITAS KESEHATAN MENGGUNAKAN METODE FUZZY C-MEANS. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(2), 94–99.
- Husna, N., & Novita, D. (2020). PERAN AESTHETIC EXPERENTIAL QUALITIES DAN PERCEIVED VALUE UNTUK KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGUNJUNG WISATA BAHARI DI PROVINSI LAMPUNG. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 136–141.
- Husna, N., Novita, D., Kharisma, O., Ayuning, N. W., & Mundarsih, M. (2021). Income and Net Profit of Culinary MSMEs in Bandar Lampung Before and After Using Fintech Payments. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 18(1), 14–18.
- LIA FEBRIA LINA, B. P. (2019). *KREDIBILITAS SELEBRITI MIKRO PADA NIAT BELI PRODUK DI MEDIA SOSIAL*. 1(2), 41–50.
- Lina, L. F., & Nani, D. A. (2020). Kekhawatiran Privasi Pada Kesuksesan Adopsi Fintech Menggunakan Model Delone Dan Mclean. *Performance*, 27(1), 60–69.
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>
- Nani, D. A. (2019). Islamic Social Reporting: the Difference of Perception Between User and Preparer of Islamic Banking in Indonesia. *TECHNOBIZ : International Journal of Business*, 2(1), 25. <https://doi.org/10.33365/tb.v2i1.280>
- Nani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local GovernmeNani, D. A., & Ali, S. (2020). Determinants of Effective E-Procurement System: Empirical Evidence from Indonesian Local Governments. *Jurnal Dinamika Akuntansi. Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 33–50. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i1.15671>
- Nani, D. A., & Safitri, V. A. D. (2021). Exploring the relationship between formal management control systems, organisational performance and innovation: The role of leadership characteristics. *Asian Journal of Business and Accounting*, 14(1), 207–224. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol14no1.8>
- Novita, D., & Husna, N. (2020a). Peran ecolabel awareness dan green perceived quality pada purchase intention. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 20(1), 85–90.
- Novita, D., & Husna, N. (2020b). The influence factors of consumer behavioral intention towards online food delivery services. *Jurnal Technobiz*, 3(2), 40–42.
- Novita, D., & Husna, N. (2020c). THE INFLUENCE FACTORS OF CONSUMER BEHAVIORAL INTENTION TOWARDS ONLINE FOOD DELIVERY SERVICES.

*TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 3(2), 40–42.

- Novita, D., Husna, N., Azwari, A., Gunawan, A., Trianti, D., & Bella, C. (2020). Behavioral Intention Toward Online Food Delivery (OFD) Services (the study of consumer behavior during pandemic Covid-19). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 17(1), 52–59.
- Panjaitan, F., Surahman, A., & Rosmalasari, T. D. (2020). Analisis Market Basket Dengan Algoritma Hash-Based Pada Transaksi Penjualan (Studi Kasus: Tb. Menara). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 1(2), 111–119.
- Permatasari, B. (n.d.). *THE EFFECT OF PERCEIVED VALUE ON E- COMMERCE APPLICATIONS IN FORMING CUSTOMER PURCHASE INTEREST AND ITS*. 101–112.
- Permatasari, B. (2019). Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 76. <https://doi.org/10.33365/tb.v3i2.446>
- Permatasari, B., & Anggarini, D. R. (2020). Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Oleh Strategi Sebagai Variabel Intervening Pada Warunk Upnormal Bandar Lampung. *Jurnal Manajerial*, 19(2), 99–111.
- Putri, A. D., & Ghazali, A. (2021). *ANALYSIS OF COMPANY CAPABILITY USING 7S MCKINSEY FRAMEWORK TO SUPPORT CORPORATE SUCCESSION ( CASE STUDY : PT X INDONESIA )*. 11(1), 45–53. <https://doi.org/10.22219/mb.v11i1>.
- Riski, D. (2018). Pengaruh Total Pendapatan Daerah Dan Pajak Daerah Terhadap Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Lampung. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.33365/tb.v1i1.182>
- Safitri, V. A. D., & Nani, D. A. (2021). Does Good Corporate Governance and Eco-Efficiency Really Contribute To Firm Value? an Empirical Study in Indonesian State-Owned Enterprises (Soes). *Akuntabilitas*, 15(1), 73–88. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.12526>
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 542(Ancosh 2020), 248–251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Menengah Keripik Pisang Dengan Pendekatan Business Model Kanvas : *Journal Management, Business, and Accounting*, 19(3), 320–330.
- Suwarni, E., & Handayani, M. A. (2021). Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to Strengthen Indonesia's Economic Post COVID-19. *Business Management and Strategy*, 12(2), 19. <https://doi.org/10.5296/bms.v12i2.18794>