

THE EFFECT OF EMPLOYEE PERFORMANCE USING GRAPHIC RATING SCALE METHOD AND 360 MANAGERIAL FEEDBACK ON ADVERTISING SALES (CASE STUDY ON DREAMSHOP ADVERTISING AND DIGITAL PRINTING TANGERANG)

PENGARUH KINERJA KARYAWAN MENGGUNAKAN METODE GRAPHIC RATING SCALE DAN 360 MANAGERIAL FEEDBACK TERHADAP PENJUALAN IKLAN (STUDI KASUS IKLAN DREAMSHOP DAN DIGITAL PRINTING TANGERANG)

Feri Kusuma¹, Drs. Tigor Hutapea, ME²

¹Prodi Manajemen, STIE Tri Bhakti, Jln Jl. Teuku Umar, Cut Mutia No.24, Kota Bekasi

Email: feri.kusuma998@gmail.com

²Prodi Manajemen, STIE Tri Bhakti, Jln Jl. Teuku Umar, Cut Mutia No.24, Kota Bekasi

Email: tigor.hutapea@stietribhakti.ac.id

DOI : <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v4i2.222> , ISSN : 2656 – 1298, e-ISSN : 2655 – 9838

Masuk tanggal : 16-06-2022, revisi tanggal : 20-07-2022, diterima untuk diterbitkan tanggal : 10-08-2022

Abstract

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of employee performance with the Traditional Assessment method and 360 Managerial Feedback on advertising sales at PT. Dreamshop Advertising and Digital Printing located in Tangerang. The research method used is associative research, where variables are measured using a Likert scale. Methods of data collection is done by a list of questions (questionnaire). The population in this study were 40 Dreamshop employees and 30 people from external Dreamshop parties. Sampling using the purposive sampling method or what can be said is a sample aimed at several parties. In this study the population is relatively moderate, namely as many as 70 people. Processing data using SPSS software version 25, with descriptive analysis and hypothesis testing multiple linear regression analysis. The results showed that: (1) partially the traditional assessment variable had a positive but not significant effect on advertising sales from PT. Dreamshop Advertising and Digital Printing; (2) partially the managerial feedback variable 360 has a positive and significant influence on advertising sales from PT. Dreamshop Advertising and Digital Printing; (3) simultaneously there is a positive and significant influence between the graphic rating scale variable and 360 managerial feedback on advertising sales at PT. Dreamshop Advertising and Digital Printing.

Keywords: *Graphic Rating Scale, 360 Managerial Feedback, Advertising Sales*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kinerja karyawan dengan metode Penilaian Tradisional dan Umpan Balik Manajerial 360 terhadap penjualan advertising di PT. Dreamshop Advertising and Digital Printing yang berada di Tangerang. Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif, dimana variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dilakukan dengan daftar pertanyaan (questionnaire). Populasi dalam penelitian ini adalah 40

Karyawan Dreamshop dan 30 orang dari pihak external Dreamshop. Penarikan sampel dengan metode purpose sampling atau yang bisa di katakan sample yang tertuju terhadap beberapa pihak. Dalam penelitian ini jumlah populasi relatif sedang yaitu sebanyak 70 orang. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25, dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) secara parsial variabel penilaian tradisional memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap penjualan advertising dari PT. Dreamshop Advertising and Digital Printing; (2) secara parsial variabel umpan balik manajerial 360 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan advertising dari PT. Dreamshop Advertising and Digital Printing; (3) secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel graphic rating scale dan umpan balik manajerial 360 terhadap penjualan advertising di PT. Dreamshop Advertising and Digital Printing.

Kata Kunci: *Graphic Rating Scale, Umpan Balik Manajerial 360, Penjualan Advertising*

Pendahuluan

Penjualan merupakan salah satu aspek yang penting dalam sebuah perusahaan. Pengelolaan kinerja karyawan yang kurang baik akan merugikan perusahaan karena dapat berimbas pada perolehan penjualan, dan pada akhirnya dapat mengurangi pendapatan. Setiap perusahaan memiliki sistem berbeda dalam melakukan penilaian kinerja karyawan. Secara umum perusahaan harus memiliki sistem yang tepat dalam semua aspek penilaian yang dijalankannya. Sistem yang baik ini merupakan salah satu kunci dalam pengendalian kinerja karyawan (Herdianti, 2012).

Disaat ini era persaingan sangat amat ketat, sehingga jika bagian HR salah memberikan nilai kepada bagian marketing akan berakibat fatal. Pada dasarnya bagian marketing adalah bagian yang sangat amat penting dalam sebuah perusahaan, bagian marketing bertugas sebagai penarik minat konsumen untuk memilih produk yang kita jual.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain, untuk definisi manajerial, pemasaran sering di gambarkan sebagai seni menjual produk (Kotler 2007 hlm. 10).

Penjualan

Penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi pribadi dan dipersuasion oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan (Kotler dalam Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari, 2016)

Jadi dengan adanya penjualan dapat terciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Dengan alat penukar berupa uang orang akan mudah untuk memenuhi kebutuhannya, dan penjualan akan mudah dilakukan. Penjualan pada umumnya langsung ditawarkan kepada masyarakat atau konsumen dengan melalui perantara seperti

wiraniaga, yang berfungsi sebagai mata rantai yang menghubungkan perusahaan dengan pelanggannya, divisi marketing perusahaan sebagai salah satu contoh wiraniaga yang bertugas untuk menghubungkan perusahaan dengan pelanggannya, divisi marketing 8 sangatlah penting bagi perusahaan agar dapat menghubungkan perusahaan dengan para pelanggannya.

Indikator-Indikator Penjualan

1. Harga, Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Armstrong dalam Luthfan Fazari Harsanto dan Drs. Wahyu Hidayat, M.Si, 2018)
2. Kualitas Barang, Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Kotler and Armstrong dalam Achmad Safrizal Yafie, Suharyono dan Yusri Abdillah, 2016)
3. Kepuasan Pelanggan, Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya (Philip Kotler dalam Ade Syarif Maulana, 2016)

Manajemen Kinerja

Manajemen merupakan suatu proses yang menggunakan metode ilmu dan seni untuk menerapkan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian pada kegiatan-kegiatan dari sekelompok manusia yang dilengkapi dengan sumber daya/faktor produksi untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan lebih dahulu, secara efektif dan efisien (George R Terry dalam Nasrullah Nursam, 2017).

Penilaian Kinerja

Penilaian kinerja adalah sebuah proses pemberian umpan balik yang terdiri dari evaluasi kinerja yang dapat dilakukan oleh supervisor, manajer atau rekan kerja terhadap kinerja individu maupun suatu kelompok kerja (Cumming dan Worley dalam Dewi Trismahwati, 2018).

Graphic Rating Scale

Metode GRS (Graphic Rating Scale) adalah metode penilaian yang membagi lima kategori penilaian untuk setiap faktor penilaian, faktor yang dijadikan penilaian harus terukur agar penilaian dapat dilakukan secara objektif. Lima faktor itu adalah : Sangat buruk, buruk, sedang, baik, dan sangat baik (Wilson Bangun dalam Satria dan Ayu Setiawati Agustini, 2017)

Indikator-Indikator Graphic Rating Scale

1. Kedisiplinan, Disiplin adalah sebagai proses belajar mengajar yang mengarah kepada ketertiban dan pengendalian diri (Wyckoff dalam Ika Ernawati, 2016)

2. Tanggung Jawab, Tanggung jawab adalah sikap dan perilaku seseorang untuk melaksanakan tugas dan kewajibannya, yang seharusnya dilakukan, terhadap diri sendiri, masyarakat, lingkungan (alam, sosial dan budaya), negara dan Tuhan Yang Maha Esa (Hasan dalam Rika, Asep, dan Elnawati, 2019)
3. Kerjasama Tim, Kerjasama tim merupakan kegiatan yang dikelola dan dilakukan sekelompok orang yang tergabung dalam satu organisasi (Tracy dalam Eva Silvani dan Boge Triatmanto, 2017)
4. Kepemimpinan, Pemimpin adalah seseorang yang karena kecakapankecakapan pribadinya dengan atau tanpa pengangkatan resmi dapat mempengaruhi kelompok yang dipimpinnya untuk menggerakkan usaha bersama kearah pencapaian sasaran-sasaran tertentu (Winardi dalam Hardi Mulyono, 2018)

Umpan Balik Manajerial 360

Metode umpan balik 360 adalah proses penilaian kinerja dengan sumber penilaian berdasarkan perilaku seseorang atas individu serta perilaku terhadap atasan, rekan kerja, bawahan dan anggota-anggota lain suatu tim proyek, para customer, maupun supplier (Karmawidjadja dalam Nadiyah Muhana Sabitah dan Heru Susilo, 2017)

Eni Rohaini (2018) dalam penelitiannya mendefinisikan Metode umpan balik 360 derajat adalah proses dimana seorang karyawan menerima informasi tentang bagaimana dirinya dinilai oleh sekelompok orang yang berinteraksi sehari-hari di dalam pekerjaannya. Umpan balik manajerial 360 disebut juga dengan multirater feedback, multi source feedback, atau multisource assessment. Intinya adalah umpan balik berasal dari seputar internal dan external perusahaan, dimana penggunaan umpan balik manajerial 360 berarti derajat lingkaran penuh dengan karyawan berada di pusatnya atau bisa dibilang yang dinilai. Dengan demikian umpan balik datang dari beberapa arah sekaligus, yaitu dari bawahan, rekan, dan atasan. Termasuk di dalamnya adalah asesmen diri.

Penilaian dengan umpan balik manajerial 360 menyediakan umpan balik tentang kinerja dari seluruh kontak sehari-hari yang dimiliki karyawan, mulai dari personel penerima tamu dan surat, hingga pelanggan, atasan, dan bawahan (Robbins & Judge dalam penelitian Dewi Trismahwati, 2018). Metode umpan balik manajerial 360 merupakan pendekatan yang lebih luas yang dapat digunakan untuk pengembangan anggota atau karyawan. (Spector dalam penelitian Dewi Trismahwati, 2018) juga menyatakan metode 360 cenderung memperluas peran penilai yang tidak hanya manajer, seperti rekan kerja, laporan langsung dari orang lain yang memiliki kontak langsung dengan kinerja manajer maupun karyawan.

Perbedaan Penilaian Kinerja 360 Feedback Dengan Graphic Rating Scale

Metode umpan balik manajerial 360 adalah proses penilaian kinerja dengan sumber penilaian berdasarkan perilaku seseorang atas individu serta perilaku terhadap atasan, rekan kerja, bawahan dan anggota-anggota lain suatu tim proyek, para customer, maupun supplier, dimana penilaian ini dinilai lebih objektif dari pada graphic rating scale (Karmawidjadja dalam Nadiyah Muhana Sabitah dan Heru Susilo, 2017)

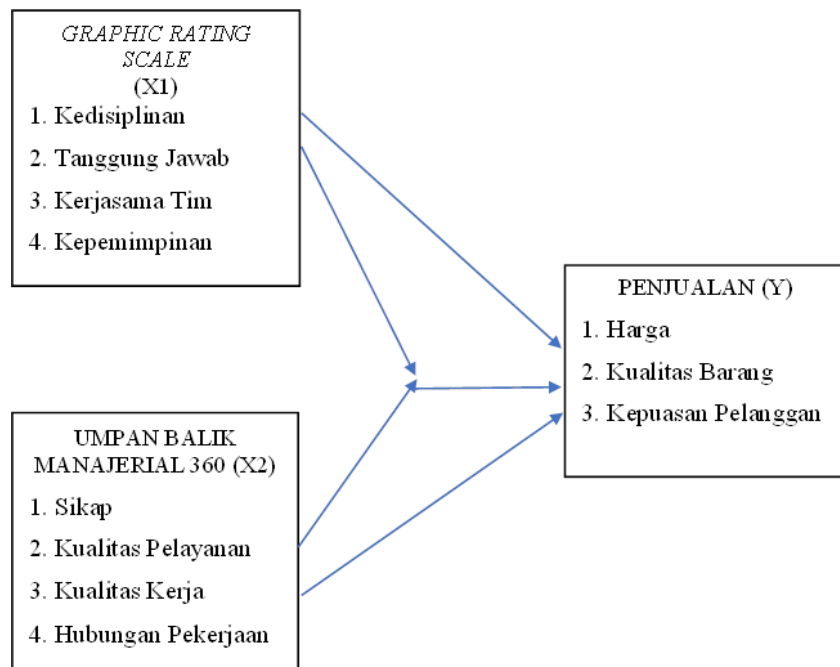
Graphic Rating Scale adalah memberikan informasi yang akurat bagi manajer untuk mengambil keputusan. Namun penilaian seperti ini hanya akan memberikan informasi sebatas seberapa jauh usaha-usaha yang telah dilaksanakan dalam mencapai tujuan, tetapi tidak

memberikan informasi tentang bagaimana cara tujuan tersebut dapat dicapai. Hal ini disebabkan penilaian hanya dilakukan oleh atasan yang sumber informasinya sangat terbatas untuk mengetahui perilaku dan kinerja, sehingga penilaian dilakukan secara sederhana, bersifat sangat subyektif dan mengandung unsur politik. (Dharma dalam penelitian Fachrully Rachmayati, 2016)

Indikator-indikator Umpan Balik Manajerial 360

1. Sikap, Sikap adalah ekspresi perasaan (inner feeling) yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka dan setuju atau tidak terhadap suatu objek (Simamora dalam Kurniawati Mulyanti dan A Fachrullozi, 2016).
2. Kualitas Pelayanan, Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono dalam Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati, 2016).
3. Kualitas Kerja Karyawan, Kualitas kerja adalah suatu hasil yang dapat diukur dengan efektifitas dan efisiensi suatu pekerjaan yang dilakukan oleh sumber daya manusia atau sumber daya lainnya dalam pencapaian tujuan atau sasaran perusahaan dengan baik dan berdaya guna (Flippo, 2005 hlm. 28).
4. Hubungan Kerja, Hubungan kerja merupakan hubungan antara karyawan dengan pimpinan dan juga perusahaan dengan perusahaan lainnya yang terjadi setelah diadakannya perjanjian (Manulang dalam Putu Gede Edy dan Nyoman Sudarma 2012).

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Hipotesis

- H1 Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara graphic rating scale terhadap penjualan secara partial.
- H2 Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penilaian dengan metode umpan balik manajerial 360 terhadap penjualan secara partial.
- H3 Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara graphic rating scale dan umpan balik manajerial 360 secara simultan terhadap penjualan

Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah 40 Karyawan Dreamshop dan 30 orang dari pihak external Dreamshop. Penarikan sampel dengan metode purpose sampling atau yang bisa di katakan sample yang tertuju terhadap beberapa pihak. Dalam penelitian ini jumlah populasi relatif sedang yaitu sebanyak 70 orang. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25, dengan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis analisis regresi linier berganda.

Definisi Konseptualisasi

Tabel 1. Definisi Konseptualisasi

Variabel	Dimensi	Definisi Konseptualisasi
Graphic Rating Scale (X1)	1. Sikap Karyawan 2. Job Descriptions 3. Kemampuan Karyawan	Menurut Jogiyanto Hartono dalam Satria dan Ayu Setiawati Agustini (2017) GRS adalah skala yang digunakan untuk memberikan nilai (Rating) ke suatu variabel.
Umpan Balik Manajerial 360 (X2)	1. Etika 2. Kepuasan Pelanggan 3. Hubungan Kerja Dengan Beberapa Pihak Internal Maupun External	Eni Rohaini (2018) Umpan balik manajerial 360 disebut juga dengan <i>multirater feedback</i> , <i>multi source feedback</i> , atau multisource assessment. Intinya adalah umpan balik berasal dari seputar internal dan external perusahaan, dimana penggunaan umpan balik manajerial 360 berarti derajat lingkaran penuh dengan karyawan berada di pusatnya atau bisa dibilang yang dinilai.
Penjualan (Y)	1. Kondisi Pasar 2. Kemampuan Penjual 3. Kebutuhan Pelanggan	Menurut Basu Swastha DH (2004 : 403) dalam Indra Sasangka dan Rahmat Rusmayadi (2018) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan,

		memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.
--	--	--

Definisi Operasional

Tabel 2. Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Defisini Operasional
Graphic Rating Scale (X1)	1. Kedisiplinan 2. Tanggung Jawab 3. Kerjasama Tim 4. Kepemimpinan	Menurut Wilson Bangun dalam Satria dan Ayu Setiawati Agustini (2017) Metode GRS (<i>Graphic Rating Scale</i>) adalah metode penilaian yang membagi lima kategori penilaian untuk setiap faktor penilaian, faktor yang dijadikan penilaian harus terukur agar penilaian dapat dilakukan secara objektif.
Umpan Balik Manajerial 360 (X2)	1. Sikap 2. Kualitas Pelayanan 3. Kualitas Kerja 4. Hubungan Pekerjaan	Menurut karmawidjadja dalam Nadiyah Muhana Sabitah dan Heru Susilo (2017) metode umpan balik 360 adalah proses penilaian kinerja dengan sumber penilaian berdasarkan perilaku seseorang atas individu serta perilaku terhadap atasan, rekan kerja, bawahan dan anggota-anggota lain suatu tim proyek, para customer, maupun supplier.
Penjualan (Y)	1. Harga 2. Kualitas Barang 3. Kepuasan Pelanggan	Penjualan menurut Kotler (2001:41) dalam Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari (2016) diketahui bahwa penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi pribadi dan dipersuasion oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang yang ditawarkan.

Hasil Penelitian dan Diskusi

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	4.201	2.074		2.026
	<i>Graphic Rating Scale</i>	.191	.125	.189	1.536
	Umpan Balik Manajerial 360	.596	.132	.555	4.503
					.047
					.129
					.000

a. Dependent Variable: Penjualan

Gambar 2. Hasil Regresi Berganda (Sumber : Diolah Peneliti)

Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diolah dengan program SPSS 25 seperti diatas ini, pada penelitian ini uji hipotesis 1 ditolak karena nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $1.536 < 1.669$ dan nilai sig. > 0.05 yaitu $0.129 > 0.05$, berdasarkan hasil tersebut hipotesis dinyatakan ditolak. Sedangkan untuk uji hipotesis 2 diterima karena nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4.503 > 1.669$ dan nilai sig < 0.05 yaitu $0.000 < 0.05$ berdasarkan hasil tersebut hipotesis 2 diterima.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	511.550	2	255.775	32.509	.000 ^b
	Residual	527.150	67	7.868		
	Total	1038.700	69			

a. Dependent Variable: Penjualan

b. Predictors: (Constant), Umpan Balik Manajerial 360, *Graphic Rating Scale*

Gambar 3. Hasil Regresi Berganda (Sumber : Diolah Peneliti)

Untuk uji hipotesis 3, disini saya menggunakan uji F. Berdasarkan hasil data kuesioner yang telah diolah dengan program SPSS 25 seperti diatas ini, pada penelitian ini uji hipotesis 3 diterima karena nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $32.506 > 3.13$ dengan nilai sig < 0.05 yaitu $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan uji hipotesis 3 diterima.

Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh *Graphic Rating Scale* dan umpan balik manajerial 360 terhadap penjualan advertising. Sesuai dengan hasil pengolahan data dengan SPSS 25, dapat disimpulkan bahwa *Graphic Rating Scale* masih kurang berpengaruh terhadap penjualan advertising sedangkan umpan balik manajerial 360 sudah berpengaruh terhadap penjualan advertising.

Penelitian ini juga menemukan bahwa beberapa indikator yang digunakan dalam *Graphic Rating Scale* masih kurang tepat, sehingga pada akhirnya variabel ini kurang mempengaruhi penjualan advertising.

Saran untuk penelitian ini adalah diharapkan untuk bagian manajemen Dreamshop Advertising and Digital Printing lebih memfokuskan kepada penilaian dengan metode umpan balik manajerial 360 karena metode ini terbukti mempengaruhi penjualan advertising, dan untuk graphic rating scale diharapkan untuk memperbaiki indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian selanjutnya yang masih berhubungan dengan 2 variabel ini.

Implikasi penelitian dalam penelitian ini yaitu mengembangkan indikator-indikator umpan balik manajerial 360 agar lebih mempengaruhi lagi terhadap penjualan advertising, dan untuk graphic rating scale indikator-indikator yang sudah dinilai baik jangan diubah melainkan dikembangkan seperti indikator pada umpan balik manajerial 360.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada STIE Tri Bhakti yang telah memberikan dukungan dan fasilitas yang sangat membantu dalam penelitian ini. Terima kasih juga kepada Dreamshop Advertising and Digital Printing Tangerang yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penelitian ini. Tanpa bantuan dari kedua institusi ini, penelitian ini tidak akan terwujud. Kami sangat berterima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan..

Daftar Pustaka

- A. Ikbali Alimuddin (2019) Efektivitas Metode Feedback 360 Derajat Dalam Penilaian Kinerja Karyawan Pada Pt. Swadharma Sarana Informatika Di Kota Makassar.
- Achmad Safrizal Yafie, Suharyono dan Yusri Abdillah (2016) Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- Ade Syarif Maulana (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI.
- Dewi Trismahwati (2018). Penilaian Kinerja 360 Derajat Sebagai Usaha Meningkatkan Persepsi Positif Terhadap Keadilan Prosedural Penilaian Kinerja Karyawan Di Bmt Tumang Boyolali.
- Devita Christi Rosali (2008). Pelaksanaan Hubungan Kerja Antara Pengusaha dan Pekerja Dalam Kaitannya Dengan Aspek Norma Kerja di Solopos.
- Eni Rohaini (2018). Sistem Informasi Penilaian Kinerja Karyawan Menggunakan Metode 360 Derajat Pada Stikom Dinamika Bangsa Jambi.
- Eva Silvani Lawasi dan Boge Triatmanto (2017). Pengaruh Komunikasi Motivasi dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan.
- Fachrully Rachmayati (2016) Performance Appraisal 360 Feedback : Sebuah Pendekatan Untuk Menciptakan Competitive Advantage Bagi Organisasi.
- Fariz Sulityawan, Tutut Wuriyanto dan Yohanes Y. Subiyantoro (2013). Sistem Informasi Penilaian Kinerja Pegawai Menggunakan Metode Graphic Rating Scale dan 360 derajat.
- Fleenor, John W. et.al, 2008, Leveraging the impact of 360-degree feedback , USA: Center for Creative Leadership.
- Fleenor, John W., Prince, Jeffrey Michael, 1997, Using 360-degree feedback in organizations : an annotated bibliography, USA: Center for Creative Leadership.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.

- Hardi Mulyono (2018). Kepemimpinan (Leadership) Berbasis Karakter Dalam Peningkatan Kualitas Pengelolaan Perguruan Tinggi.
- Ika Ernawati (2016). Pengaruh Layanan Informasi dan Bimbingan Pribadi Terhadap Kedisiplinan.
- Indra Sasangka dan Rahmat Rusmayadi (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan Pada Mini Market Minamart'90 Bandung.
- Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung.
- Jon Henri Purba (2018). Perencanaan Strategi Sumberdaya Manusia dan Prestasi Kerja Karyawan.
- Kurniawati Mulyanti & A Fachrurozi (2016). Analisis Sikap dan Perilaku Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program Bank.
- Luthfan Fazari Harsanto¹ dan Drs. Wahyu Hidayat, M.Si (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Pada Ukm Martabak Mas Ipung di Perumahan Plamongan Indah Semarang
- Mierza Miranti (2014). Proses Pelaksanaan Umpan Balik 360-Derajat Sebagai Bagian Sistem Penilaian Kinerja di Al Taqwa College Indonesia Bogor.
- Muhammad Syaifudin (2017) Analisis Pengaruh Privasi, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Secara Online Di Olx.Co.Id
- Nadiyah Muhana Sabitah Dan Heru Susilo (2017). Implementasi Metode Penilaian Kinerja 360 Degree Feedback Untuk Mengukur Soft Competence Karyawan (Studi Pada Pt Petrokimia Gresik)
- Nasrullah Nursam (2017). Manajemen Kinerja.
- Nining Yuningsih (2017). Penerapan Manajemen Kinerja Pegawai di Instansi Pemerintah.
- Ogie Kustiadi dan Zulfa Fitri Ikatinasari (2018). Perencanaan Penilaian Kinerja Dengan Metode Behaviorally Anchor Rating Scale di PT.Zeno Alumi Indonesia.
- Putu Gede Edy Novayana Sudira dan Nyoman Sudarma (2010). Pengaruh Hubungan Kerja, Komunikasi, dan Tingkat Kesejahteraan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan PT. BPR Sari Dananiaga Tabanan.
- Rani Susanto, Anna Dara Andriana (2016) Analisis Metode 360 Derajat Untuk Penilaian Kinerja Karyawan Pada Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia.
- Rogi Gusrizaldi dan Eka Komalasari (2016) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan di Indrako Swalayan Teluk Kuantan.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, Danang, 2013, Teori, Kuesioner, dan Analisis Data Sumber Daya Manusia (Praktik Penelitian). Catatan ke-2, CAPS, Yogyakarta.
- Uci Fitriani (2016) Pengaruh Sistem Penjualan Kredit Di Pt. Surya Putra Sumatera Raya Ii Pasir Putih Pasir Pengaraian Terhadap Penarikan Sepeda Motor Yamaha