

Pengaruh Kebijakan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Mandiri Sukses Lestari Padangsidimpuan

Lubis Nur Afipah¹, Batubara Silviana², Nurdellila³

¹ Lubis Nur Afipah, Universitas Graha Nusantara, Sidimpuan, Padang Sidimpuan, Indonesia

² Batubara Silviana, Universitas Graha Nusantara, Sidimpuan, Padang Sidimpuan, Indonesia

³ Nurdellila, Universitas Graha Nusantara, Sidimpuan, Padang Sidimpuan, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: May 00, 00

Accepted: July 00.00

Available online: August 00, 00

KEYWORDS

Price Discount Policy, Consumer Purchase Interest

CORRESPONDENCE

Nur Afipah Lubis

E-mail address: afipah@gmail.com

A B S T R A C T

A price discount is a reduction from what is stated in the price list, and is given to buyers in the form of payment for goods within a specified time period, purchasing a certain amount, or trading goods or services. Consumer purchasing interest is a mental statement from consumers that reflects their plans to purchase a number of products with a certain brand. The methods used in this research are descriptive and quantitative methods. The sample from this research is 25% of the population, namely 35 consumers. The aim of this research is to find out how much influence the price discount policy has on consumer buying interest. The data collection methods used are literature study, observation, and questionnaires. The data analysis technique used is to process data that has been obtained from research results and then the results of this research will be analyzed using product moment correlation analysis. From the results of the discussion and data analysis, a correlation value of 0.854 was obtained, while the correlation value in the correlation table for $N=35$ and a significance level of 5% obtained a value of 0.274, meaning the r (calculated) value was $0.854 > 0.274$ (r table). The calculated t value is 9.432, which is greater than the value in the t table, namely 1.692, with a significance level of 0.05 and with the condition $df=n-2$, namely $35-2=33$, so the value $n=33$. This means that there is a very significant relationship between variable X and variable Y . Because the calculated t value is greater than the table t value. ($9.432 > 1.692$).

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini banyak sekali kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern baik terhadap perkembangan ilmu pengetahuan. Maka perubahan-perubahan terjadi di berbagai bidang, baik itu sosial, politik, ekonomi. Khususnya dalam bidang ekonomi banyak sekali perubahan-perubahan yang terjadi setiap zaman dan tahunnya, misalnya zaman dahulu kita melakukan transaksi jual beli dengan cara barter. Tapi di zaman sekarang yaitu zaman modern kita melakukan transaksi jual beli dengan menggunakan alat yang berupa uang. Hal tersebut menjadi bukti bahwa perubahan-

perubahan yang begitu tampak dan berganti setiap zamannya, adalah perubahan ekonomi. Kondisi persaingan yang ketat membuat perilaku konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan konsumen secara erus-menerus. Sehingga terjadi perubahan cara berpikir, termasuk dalam pemasaran dimana yang awalnya pemasaran berwawasan transaksi (transactional marketing) berubah menjadi pemasaran berwawasan hubungan (relationship marketing). Dimana sebelumnya pemasar hanya mengejar target penjualan, namun sekarang lebih pada menarik pelanggan dan menjaga hubungan dengan

pelanggan (Kotler,2016:34). Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler, 2016:37). Perusahaan-perusahaan saling berlomba di dalam menarik konsumen dengan berusaha meningkatkan kegiatannya tanpa mengurangi kualitas yang ada. Bagi perusahaan yang memproduksi suatu produk, persaingan dihadapi dengan menghasilkan suatu produk yang mampu bersaing dengan produk sejenis dari perusahaan lain.

Dari semua kejadian di atas yang benar-benar mengalami krisis ekonomi khususnya penurunan pendapatan yaitu para pengusaha yang bergerak di bidang distributor jamu herbal. Madu, permen hernal dll. Mereka benar-benar kewalahan dalam mengelola usahanya karena adanya persaingan yang cukup besar, untuk bisa mempertahankan usahanya mereka mempunyai strategi pemasaran yang berbeda-beda. PT. Mandiri Sukses Lestari yang bergerak di bidang distributor obat-obatan herbal mempunyai strategi pemasaran yaitu promosi penjualan dengan adanya potongan harga dari beberapa jenis barang yang dijual. Sistem yang digunakan dalam melakukan transaksi penjualan dengan sistem kredit dan cash. Pemasaran dilakukan dengan melakukan penjualan kepada beberapa agen besar dan kecil hal ini dilakukan guna pemerataan pemasaran sehingga tingkat penjualan menjadi tinggi. Potongan harga biasanya dilakukan setelah melihat nilai penjualan bulan sebelumnya dan jumlah stock barang, dari data tersebut maka perusahaan dapat melihat dimana kurang maksimalnya penjualan yang telah dilakukan bulan sebelumnya dan barang/produk apa saja yang nilai penjualannya cukup rendah. Potongan Harga tersebut merupakan strategi yang dilakukan oleh PT.Mandiri Sukses Lestari untuk mempertahankan usahanya karena dengan adanya potongan harga keputusan konsumen untuk membeli menjadi meningkat. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang "Pengaruh Kebijakan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT.Mandiri Sukses Lestari Padang sidimpuan".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Potongan Harga memiliki pengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk yang dijual oleh PT.Mandiri Sukses Lestari Padang sidimpuan?
2. Bagaimanakah dampak kebijakan potongan harga terhadap perusahaan ?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan potongan harga terhadap minat beli konsumen.
2. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari program potongan harga.

TINJAUAN PUSTAKA

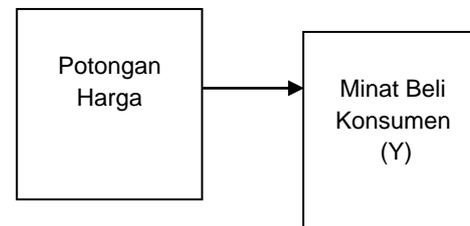
Pengertian Potongan Harga

(Craig 2010:18) Mengidentifikasi bahwa harga merupakan salah satu faktor terpenting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian, karena suatu barang/jasa pasti memiliki sebuah nilai. Sedangkan nilai itu sendiri didasarkan pada harga yang merupakan tolok ukur dari barang/ jasa itu.

Pengertian Minat Beli

Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Pramono, 2009:136).

Kerangka Konseptual Penelitian



Hipotesis

Menurut (Arikunto 2018:66) Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga ada pengaruh kebijakan potongan harga terhadap minat beli konsumen pada PT. Mandiri Sukses Lestari Padang sidimpuan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif dan Kuantitatif. Karena metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari sesuatu gejala tertentu. Kuantitatif yaitu metode yang lebih menekankan pada aspek pengukuran secara obyektif terhadap fenomena social. Setiap variable yang di tentukan di ukur dengan memberikan simbol-simbol angka yang berbeda – beda. Teknik perhitungan secara kuantitatif matematik dapat di

lakukan sehingga dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang belaku umum di dalam suatu parameter.

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada PT. Mandiri Sukses Lestari Padangsidimpuan yang beralamat di Jalan BM Muda, Kelurahan Aek Tuhul Kecamatan Batunadua Kota Padangsidimpuan kode pos 22731, Pada Bulan Juni 2022 sampai dengan selesai.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan dari subyek penelitian. Target populasi dari penelitian ini adalah konsumen ataupun para pembeli di daerah kota Padangsidimpuan yang telah berbelanja produk yang dijual pada PT.Mandiri Sukses Lestari Padangsidimpuan. Jumlah populasi pada penelitian yaitu 140 orang konsumen.

Sedangkan sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut pendapat (Suharsimi Arikunto, 2018:79), untuk menentukan besarnya sampel yang telah diambil dan untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subjeknya kurang dari 100 orang lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, tetapi bila lebih 100 maka boleh diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Maka sampel dari penelitian ini adalah 25 % dari populasi yaitu 35 orang konsumen selama 3 bulan, dari bulan Maret – Mei 2022.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun sumber data penelitian diperoleh dari data internal yaitu data yang bersumber dari keadaan dan kegiatan perusahaan. Data tersebut dikumpulkan dengan metode-metode sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan (Library Research).
2. Observasi (Observation).
3. Angket (Kuesioner).

Teknik Analisa Data

Setelah data yang diperlukan terkumpul, maka diadakan pengolahan data kemudian disajikan dalam bentuk tabel yang menggambarkan keadaan yang ada pada PT.Mandiri Sukses Lestari Padang sidimpuan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik, sehingga dapat diambil kesimpulan. Statistik berarti cara-cara ilmiah yang dipersiapkan untuk mengumpulkan, menyusun, menyajikan dan menganalisa data penelitian yang berbentuk angka-angka diharapkan dapat menyediakan dasar-dasar yang dapat dipertanggung jawabkan untuk menarik kesimpulan-kesimpulan yang besar dan untuk mengambil keputusan-keputusan yang baik (Sugiyono). Metode analisa yang digunakan adalah :

Menggunakan Metode Analisis Product Moment

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2 \cdot N \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Adapun rumus yang penulis maksudkan adalah untuk menghitung koefisien korelasi antar variabel yang menggunakan rumus korelasi product moment. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis statistik. Karena jenis data yang digunakan memiliki skala Likert, maka teknik statistik yang digunakan adalah teknik analisis koefisien korelasi product moment pearson dengan rumus yang dikemukakan (Sugiyono, 2019:46). Jika r hitung $>$ r table maka H_0 ditolak, artinya variable X secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variable Y. Dan jika r hitung $<$ r table maka H_0 diterima, artinya variable X secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variable Y.

Analisa Koefisien Determinasi

Analisa determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perubahan variable independen (X) terhadap variable dependen (Y). Untuk mengetahui harga atau nilai koefisien determinasi maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Uji Persial (Uji t)

Untuk menguji apakah ada hubungan yang berarti antara pemberian potongan harga dengan minat beli konsumen dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r}}$$

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. $H_0 = r \leq 0$, artinya tidak ada hubungan yang berarti antara variabel X (potongan harga) dengan variabel Y (minat beli konsumen).
2. $H_1 = r > 0$, artinya ada hubungan yang berarti antara variabel X (potongan harga) dengan variabel Y (minat beli konsumen).

Adapun kriteria pengujianya :

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

PT. Mandiri Sukses Lestari Sidimpuan adalah cabang distributor dimana perusahaan ini bergerak di bidang perdagangan produk. Pada awalnya perusahaan ini dibuka pada tahun 2017 sampai dengan saat ini. Pada tahun 2017 perusahaan ini berbisnis di bidang produk obat herbal dan madu. Setelah tahun 2019 mulai menambah produk jual lain hingga sekarang. PT. Mandiri Sukses Lestari memiliki visi dan misi untuk menjalankan fungsinya yaitu: PT. Mandiri Sukses Lestari bisa menjadi perusahaan yang membawa perubahan dan menciptakan kemanfaatan bagi masyarakat dan prinsip saling menumbhuh kembangkan. Perusahaan mulai serius

berkonsentrasi di bisnis jamu dan madu dengan meluncurkan berbagai macam produk dan terus menambah produk baru. seiring berjalannya waktu perusahaan memiliki kemajuan yang dicapai masing-masing produk sehingga perusahaan terus mendapat sambutan hangat dari masyarakat dan pasar. Dengan demikian, semua jerih payah, keseriusan dan profesional seluruh karyawan dapat membuahkan hasil. PT. Mandiri Sukses Lestari di pimpin oleh seorang kepala perusahaan. Kepala perusahaan membawahi Sub Admin, Salesman dan Supir. Lokasi PT. Mandiri Sukses Lestari terletak di desa Aek tuhul, Jl.BM Muda Padangsidimpuan Batunadua. Waktu kerja mulai hari Senin – Sabtu jam 08.00 – 17.00. Sistem upah untuk tenaga kerja diberikan berdasarkan akumulasi kerja hariannya dalam kurun waktu satu bulan bagi kepala, admin dan sales, dan dibayarkan pada tanggal 1 setiap bulannya. Upah untuk supir diberikan berdasarkan akumulasi kerja harian juga dalam kurun waktu satu minggu yang di bayarkan pada setiap hari sabtu.

Uji Koefisien Korelasi Product Moment

Berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada 35 responden. Untuk keperluan pembuktian hipotesis, peneliti lebih dahulu menghitung koefisien korelasi *product moment* dengan menggunakan rumus *product moment* sebagai berikut:

Diketahui	:	n	=	35
		ΣX	=	670
		ΣY	=	760
		ΣX ²	=	12908
		ΣY ²	=	16572
		ΣXY	=	14613

Berdasarkan nilai yang telah diketahui diatas maka koefisien korelasi *product moment* dapat dihitung sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2 \cdot N \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{35 \cdot \sum 14613 - (\sum 670) \cdot (\sum 760)}{\sqrt{35 \cdot \sum 12908 - (\sum 670)^2 \cdot 35 \sum 16572 - (\sum 760)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{2255}{\sqrt{2880.2420}}$$

$$r_{xy} = \frac{2255}{\sqrt{6969600}}$$

$$r_{xy} = \frac{2255}{2640}$$

$$r_{xy} = 0,854$$

Dari hasil perhitungan uji koefisien korelasi *product moment* maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel X memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variable Y. Hal ini dibuktikan dengan nilai yang diperoleh dari hasil perhitungan adalah sebesar 0,854, jika dilihat pada tabel interpretasi koefisien korelasi nilai pada r hitung atau

0,854 berada pada posisi 0,80-0.1000 yang artinya pengaruh variable X terhadap variable Y sangat tinggi. Selanjutnya untuk memperkuat hipotesis yang telah dikatakan sebelumnya, nilai r hitung yang telah diperoleh yaitu 0,854 dibandingkan dengan nilai r tabel product moment. Nilai korelasi pada tabel korelasi untuk jumlah responden (N) 35 dengan taraf signifikan 5% adalah 0,274. Berdasarkan nilai yang telah diperoleh dari hasil perhitungan korelasi *product moment* serta membandingkannya dengan nilai yang ada pada tabel product moment maka dapat disimpulkan bahwa variable X berpengaruh signifikan terhadap variable Y, atau kebijakan potongan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Mandiri Sukses Lestari Padang sidimpuan. Hal ini dibuktikan dengan lebih besarnya nilai r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel atau 0,854 > 0,274.

Uji Persial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kembali nilai yang telah diperoleh yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang berarti antara variabel kebijakan potongan harga dengan variabel minat beli konsumen pada PT. Mandiri Sukses Lestari Padang sidimpuan.

Berikut ini adalah hasil perhitungan uji persial :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,854 \cdot \sqrt{35-2}}{\sqrt{1-0,854^2}}$$

$$t = \frac{0,854 \cdot \sqrt{33}}{\sqrt{1-0,729}}$$

$$t = \frac{0,854 \cdot 5,744}{\sqrt{0,271}}$$

$$t = \frac{4,905}{0,520}$$

$$t = 9,432$$

Berdasarkan nilai yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan menggunakan kurums uji persial (uji t) yaitu sebesar 9,432 lebih besar dari nilai yang ada pada t tabel sebesar 1,692, dengan taraf signifikan 0,05 dan dengan ketentuan df=n-2 yaitu 35-2=33, jadi nilai n=33. Ini berarti ada hubungan yang sangat berarti antara variable X dengan variable Y. Sebab nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. (9,432>1,692).

Koefisien Determinasi

Perhitungan koefisien determinasi adalah untuk mengetahui besar persentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan nilai data dan nilai koefisien yang telah diperoleh sebelumnya maka koefisien determinasi dapat dihitung sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

$$Kd = (0,854)^2 \times 100 \%$$

$$Kd = 0,729 \times 100\%$$

$$Kd = 72,931\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui bahwa koefisien determinasi (r^2) adalah sebesar 72,931%. Artinya bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 72,931%. Sedangkan sisanya sebesar 27,069 dapat dijelaskan dengan faktor variabel lain yang pada penelitian ini tidak diteliti oleh peneliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan beberapa kali maka hipotesis yang dirumuskan dapat diterima kebenarannya yaitu kebijakan potongan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Mandiri Sukses Lestari Padangsidempuan. Hal ini dibuktikan dengan lebih besarnya nilai r hitung yang diperoleh dibandingkan dengan nilai r tabel atau $0,854 > 0,274$.
2. Variabel kebijakan potongan harga memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel minat beli konsumen pada PT. Mandiri Sukses Lestari Padangsidempuan, sebab nilai r hitung yaitu 0,854 pada tabel interpretasi koefisien korelasi berada pada urutan 0,80-1,000 yang artinya cukup kuat.
3. Berdasarkan perhitungan persentase tingkat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y yang dihitung dengan menggunakan rumus determinasi maka dapat disimpulkan bahwa koefisien determinasi (r^2) adalah sebesar 72,931%. Artinya bahwa variabel X mempengaruhi variabel Y sebesar 72,931%. Sedangkan sisanya sebesar 27,069 dapat dijelaskan dengan faktor variabel lain yang pada penelitian ini tidak diteliti oleh peneliti.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitiannya maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Kebijakan potongan harga mempengaruhi minat beli konsumen pada PT. Mandiri Sukses Lesatari Padangsidempuan, berdasarkan hal ini penulis menyarankan kepada karyawan bagian promosi produk agar mengajukan ataupun mengusulkan inovasi-inovasi baru yang berhubungan dengan potongan harga kepada pimpinan perusahaan agar penjualan produk perusahaan semakin meningkat pesat.
2. Dengan adanya kebijakan potongan harga dari perusahaan, maka minat beli konsumen pun semakin meningkat, maka disarankan kepada pihak manajemen perusahaan terus mempertahankan potongan harga terhadap produk yang dipasarkan agar minat beli konsumen pada PT. Mandiri Sukses Lestari

Padangsidempuan pun terus bertahan bahkan semakin meningkat.

3. Agar tetap mempertahankan kualitas produk walaupun adanya kebijakan potongan harga pada produk yang dipasarkan.
4. Untuk rekan-rekan yang melakukan penelitian pada tempat yang sama serta mengangkat judul dan tujuan penelitian yang sama agar menambah lagi variabel penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwisol. 2011. Psikologi Kepribadian. Malang : UMM Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta : Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2010. Metode Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bandura, Albert. 2006. *Article of guide for Constructing Self Efficacy Scales*. by Information Age Publishing.
- Engko, Cecilia. 2008. Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Individual Dengan *Self Esteem dan Self Efficacy Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Bisnis dan Akuntansi Vol. 10, No. 1, April.
- Feist, Jess and Gregory J. Feist. 2008. *Theories Of Personality*. Terjemahan Yudi Santoso S. Fil. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ghufron, M. Nur dan Rini Risnawati S. 2013. Teori-Teori Psikologi. Yogyakarta : Ar Ruzz Media.
- Greenberg, J. dan Baron, R.A. 2011. *Behavior in Organization*. Prentice Hall (9th Edition).
- Hasibuan, Malayu. 2008. Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. Manajemen SDM. Edisi Revisi. Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hidayat, Dede Rahmat. 2015. Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Laura, A. King. 2010. Psikologi Umum. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Martoyo, Susilo. 2007. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi 5. Cetakan Pertama. Yogyakarta : BPFE.

Noormania, Nour. 2014. Pengaruh *Self Efficacy* dan Iklim Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PT. Wijaya Karya Beton, Tbk. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Notoatmodjo, S. 2018. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.

Ranupandojo, H. dan Suad Husnan. 2002. Manajemen Personalialia. Yogyakarta : BPFE.

Rivai, Veithzal. 2004. Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan. Jakarta : Grafindo.

Sapariyah, Rina Ani. 2011. Pengaruh *Self esteem, Self efficacy And Locos Of Control* Terhadap Kinerja Karyawan Dalam Perspektif *Balance Scorecard* pada Perum Pegadaian Boyolali". Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Perbankan.

Schwarzer, R dan Hallum, S. 2008. *Perceived Teacher Self-Efficacy as a Predictor of Job Stress and Burnout: Mediation Analyses. Applied Psychology:An International Review*.Vol.57 Hal 152-17.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta.

Sullivan, Kate, R. dan Mahalik, J. R. 2008. *Increasing career self-efficacy for women: Evalating a group intervention. Journal of Counseling and Development*, 78, 54-62.

Sutrisno, Edy. 2015. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Kencana.

Zainal, Aqib. 2014. Model-model, Media, dan Strategi Pembelajaran Kontekstual (Inovatif). Bandung : Yrama Widya.