

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KREATIVITAS TERHADAP  
KINERJA KARYAWAN  
(STUDI KASUS PADA PT. REPUBLIKA MEDIA MANDIRI)  
THE EFFECT OF INTERPERSONAL COMMUNICATION AND CREATIVITY TOWARD  
EMPLOYEE PERFORMANCE  
(CASE STUDY IN PT. REPUBLIKA MANDIRI MEDIA)**

**Muhammad Taufan<sup>1</sup>, Dr. Dian Indiyati S.H., S.E., M.Si. <sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Telkom

[taufanizar@gmail.com](mailto:taufanizar@gmail.com), [dianindiyati@telkomuniversity.ac.id](mailto:dianindiyati@telkomuniversity.ac.id)

---

**Abstrak**

Sejak kehadiran internet, membuat persaingan dalam industri media menjadi ketat dan dampaknya terasa terhadap penurunan sejumlah kinerja yang dialami oleh Republika, seperti pada pendapatan dan berbagai ukuran laba seperti *gross profit*, *operating profit*, *EBITDA*, dan *net profit*. Tidak sesuainya target dengan hasil aktual dan penurunan kinerja keuangan perusahaan relatif sesuai dengan kinerja karyawan yang juga menurun.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Variabel yang diuji pengaruhnya adalah komunikasi interpersonal dan kreativitas karyawan.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 131 orang dengan teknik sampling *simple random*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan kausalitas dengan pengujian menggunakan *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Kontribusi kedua variabel bebas ini adalah sebesar 43,6% dan sisanya sebesar 56,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Hasil pada penelitian ini diharapkan dapat mendukung penelitian sebelumnya mengenai pengaruh variabel komunikasi interpersonal dan kreativitas karyawan dan untuk PT. Republika Media Mandiri agar dapat memaksimalkan kinerja karyawan.

**Kata Kunci : Analisis Konjoin, Preferensi, Restoran Cepat saji.**

---

**Abstract**

*The emergence of internet, causes high competitive market withing media industry and it impact on the decreased of some performance criterias, such as revenue and profit calculation and its proxy like gross profit, operating profit, EBITDA, dan net profit. Under achieve of target between actual result and firm financial performance decreased similar with employee's performance problem indications.*

*This research is aim to test the factors that determine employee's performance. The factors that have been tested are interpersonal communication and creativity.*

*The data conducted by distributing questionnaire to 131 of respondents with simple random sampling technique. Analysis method uses descriptive analysis and causality by applying Partial Least Square (PLS).*

*The results of this research indicate that interpersonal communication influences employee's performance and creativity influences employee's performance significantly. The contribution of these independent variables with the percentage of 43,6%, while the rest affected by other factors.*

*The results of this research are expected to be used in order to support previous research about the influence of interpersonal communication and creativity and for PT. Republika Media Mandiri to maximize employee's performance.*

**Keywords: Conjoint Analysis, Fast food restaurants, Preferences.**

---

## 1. Pendahuluan

Republika adalah sebuah koran nasional yang lahir dari kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia. Republika berdiri sejak tahun 1992 dan pertama kali menerbitkan koran pada tahun 1993 oleh Yayasan Abdi Bangsa dan di dukung oleh Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI). Kini harian Republika diterbitkan oleh PT. Republika Media Mandiri dan menjadi harian umum. Disamping itu Republika juga mempunyai portal berita yang diberi nama Republika Online (ROL). ROL hadir sejak 17 Agustus 1995.

Sekarang media manapun menghadapi suatu perubahan perilaku masyarakat dikarenakan munculnya perkembangan teknologi internet. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memaparkan hasil survei mengenai penetrasi pengguna internet di Indonesia yang bekerjasama dengan Teknopreneur yang menyebutkan pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau 54,68 persen dari 262 juta jiwa penduduk Indonesia. Sebelumnya, berdasarkan survei yang dilakukan APJII pada tahun 2016, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 132,7 juta jiwa. Kemudian pada bulan Mei tahun 2019, jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan kembali hingga berjumlah 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% dari total seluruh penduduk Indonesia sebesar 264 juta jiwa (Pratomo, 2019).

Kehadiran teknologi informasi tersebut, mampu menyajikan informasi kepada pembaca secara cepat dan membuat persaingan semakin sengit. Jika dahulu persaingan antar media bersifat regional, sejak kehadiran internet membuat persaingan menjadi global tanpa ada batasan apapun sehingga setiap karyawan harus membuat tajuk berita yang mengedepankan kualitas dan mengedepankan kepercayaan kepada masyarakat untuk membuat masyarakat tersebut menjadi loyal kepada media tertentu. Kurangnya kualitas dalam menyajikan materi berita dan tidak dikedepannya kepercayaan, dapat membuat masyarakat kehilangan rasa percaya dan menilai kualitas karyawan yang bekerja tidak mempunyai kinerja yang baik yang pada akhirnya dapat membuat keuntungan perusahaan menjadi turun.

## 2. Dasar Teori dan Metodologi Penelitian

### 2.1 Dasar Teori

#### 1. Sumber Daya Manusia

Pengertian manajemen sumber daya manusia menurut Sopomo dan Nurhayati (2018: 6) adalah suatu strategi dalam menerapkan fungsi-fungsi manajemen mulai dari *planning, organizing, leading, dan controlling* dalam setiap aktifitas/fungsi operasional sumber daya manusia mulai dari proses penarikan, seleksi, pelatihan dan pengembangan, hingga pemutusan tenaga kerja yang di tujukan untuk pencapaian tujuan organisasi secara lebih efektif dan efisien. Sedangkan menurut Sutrisno (2017: 6) manajemen sumber daya manusia adalah kegiatan perencanaan, pengadaan, pengembangan, pemeliharaan, serta penggunaan SDM untuk mencapai tujuan baik secara individu maupun organisasi.

#### 2. Kinerja karyawan

Setiap perusahaan menginginkan karyawan dengan kinerja yang prima. Kinerja yang prima artinya karyawan tersebut mampu memberikan kontribusi kerja yang maksimal kepada perusahaan tempatnya bekerja. Kinerja dipandang sebagai proses maupun hasil dari pekerjaan. Menurut Wibowo (2016: 70) kinerja adalah suatu proses bagaimana pekerjaan tersebut berlangsung untuk mencapai hasil kerja. Menurut Mangkunegara (2017:67), kinerja karyawan (prestasi kerja) merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seseorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya

#### 3. Komunikasi Interpersonal

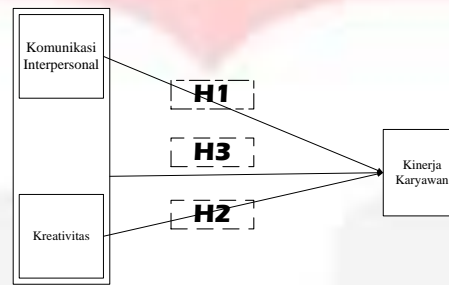
Komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian sebuah pesan dalam bentuk atau cara penyampaian yang dapat disesuaikan sehingga makna pesan tersebut dapat diterima sewaktu pertukaran pesan verbal maupun non verbal dan hasil dari komunikasi yang dilakukan memungkinkan untuk mengubah perilaku seseorang (Lawasi dan Triatmanto, 2017: 50)

#### 4. Kreativitas

Kreativitas adalah suatu konstruksi inovatif yang berkaitan dengan masalah dalam pekerjaan dan dapat diselesaikan dengan cara yang tepat, langkah demi langkah, dan kemampuan seorang individu dapat mengembangkan solusi yang berguna untuk mengatasi masalah dalam pekerjaan (Siddiqi dan Qureshi, 2016: 2). Berdasarkan berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan jika kreativitas adalah proses yang menghasilkan sesuatu yang berbeda dan bernilai terhadap suatu tugas dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

#### 2.2 Kerangka Pemikiran

Pada beberapa indikator bahkan ditemukan perusahaan mengalami kerugian, seperti *operating profit*, EBITDA, dan *net profit*. Tidak sesuai target dengan hasil aktual dan penurunan kinerja keuangan perusahaan relatif sesuai dengan kinerja karyawan di PT. Republika Media Mandiri. Variabel-variabel yang diindikasikan mempengaruhi rendahnya kinerja karyawan di PT. Republika Media Mandiri adalah komunikasi interpersonal dan kreativitas (Lawasi dan Triatmanto, 2017; Wibowo, 2013; Arizal, Sutopo, dan Rahmasari, 2017; dan Widhiastuti, 2014). Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Penulis (2019)

### 3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kausalitas dan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui status terakhir dari obyek penelitian yang diamati (Kuncoro, 2014: 48)

#### 3.1 Responden

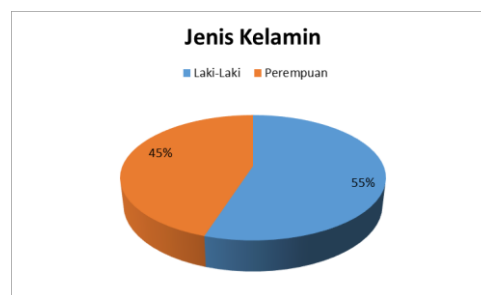
Skala pada penelitian yang dilakukan yaitu skala interval. Bilangan pada skala Likert berfungsi sebagai simbol yang membedakan suatu keadaan dengan keadaan lainnya, untuk mengurutkan kualitas karakteristik, dan untuk memperlihatkan jarak (Indrawati, 2015: 131). Contoh dari skala interval yaitu skala Likert. Skala Likert dapat digunakan untuk mengukur kekuatan responden setuju dan tidak setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuisisioner (Indrawati, 2015: 131).

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1 Analisis Data Responden

Responden yang diamati dalam penelitian ini adalah karyawan yang bekerja di PT. Republika Media Mandiri. Jumlah penetapan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan teknik pengambilan sampling *simple random* sehingga jumlah sampel yang diambil adalah 131 responden. Karakteristik 131 responden yang diamati tersebut adalah jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan dengan hasil sebagai berikut. Adapun hasil paparan dari karakteristik responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

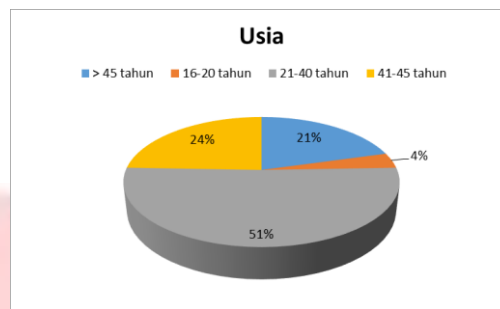


Gambar 3. 1 Proporsi Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Olahan Peneliti (2019)

Berdasarkan gambar 3.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah karyawan laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan karyawan perempuan. Karyawan laki-laki dibutuhkan lebih banyak untuk sektor pekerja lapangan dikarenakan laki-laki dianggap lebih berani dan menyukai tantangan dibandingkan dengan karyawan perempuan.

#### 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

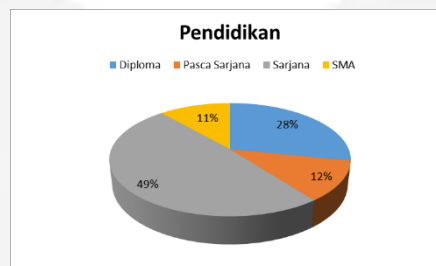


Gambar 3.1 Proporsi Karyawan Berdasarkan Usia

Sumber: Pengolahan Peneliti (2020)

Berdasarkan gambar 3.2 di atas dapat terlihat bahwa karyawan dengan usia 21-40 tahun mendapatkan proporsi terbesar di PT. Republika Media Mandiri dengan jumlah sebanyak 51%. Hal tersebut dikarenakan rentang umur 21-40 tahun adalah rentang umur karyawan yang paling produktif. Sedangkan yang paling sedikit mempunyai rentang umur 16-20 tahun sebanyak 4%. Jumlah karyawan juga cukup banyak pada rentang usia 41-45 tahun dengan jumlah sebesar 24% dan > 45 tahun sebanyak 21%.

#### 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 3.2 Proporsi Karyawan Berdasarkan Pendidikan

Sumber: Pengolahan Peneliti (2020)

Berdasarkan gambar 3.3 di atas dapat diketahui bahwa karyawan yang bekerja di PT. Republika Media Mandiri mayoritas mempunyai pendidikan level Sarjana sebanyak 49%, kedua adalah dengan pendidikan Diploma sebanyak 28%, ketiga adalah dengan pendidikan Pasca Sarjana sebanyak 12% dan terakhir adalah dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 11%. Artinya, sebanyak 89% karyawan yang bekerja di PT. Republika Media Mandiri mempunyai tingkat pendidikan Perguruan Tinggi. Karyawan dengan tingkat pendidikan Perguruan Tinggi dibutuhkan karena berkaitan dengan kualitas berita dan digitalisasi media.

#### 4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian

Tabel 3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kreativitas

Kreativitas		Skor	Rata - Rata				
Indikator	Kategori Jawaban						
	STS			TS	S	SS	
1	Semua karyawan mempunyai inisiatif dalam melakukan pekerjaannya	16	28	57	30	363	2.77
2	Semua karyawan mempunyai keterampilan kerja yang baik	5	32	42	52	403	3.08
3	Semua karyawan mempunyai pengetahuan kerja yang luas	7	48	44	32	363	2.77
4	Saya mempunyai motivasi yang tinggi untuk mencapai target dalam karirnya	16	40	41	34	355	2.71
5	Balas jasa yang diberikan oleh perusahaan membuat saya mempunyai motivasi yang tinggi dalam bekerja	7	34	43	47	392	2.99
<b>Frekuensi</b>		23	74	84	81		
<b>Persentase Setiap Pilihan</b>		9%	28%	32%	31%		

Kreativitas				Skor	Rata - Rata
Indikator	Kategori Jawaban				
	STS	TS	S		
Kecenderungan Variabel Kreativitas		37%	63%		
Nilai Rata-Rata Kreativitas				2,86	
Nilai Rata-Rata Kreativitas (%)				71,5%	

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui penilaian responden terhadap variabel kinerja karyawan di PT. Republika Media Mandiri berada pada nilai rata-rata sebesar 2,96 dengan tingkat kecenderungan jawaban adalah 37% ke arah negatif karena menjawab pilihan Sangat Tidak Setuju dan Tidak Setuju, dan 63% ke arah positif karena menjawab pilihan Setuju dan Sangat Setuju. Secara rata-rata penilaian responden terhadap variabel kinerja karyawan di PT. Republika Media Mandiri sudah dapat dikategorikan cukup baik karena berada pada rentang 70 - 84. Indikator atau pertanyaan yang mendapatkan penilaian terendah adalah nomor 5 mengenai penyelesaian tugas yang tidak selalu tepat waktu.

#### Uji Convergent Validity

*Convergent validity* menjelaskan korelasi antara *item score* atau *component score* (pernyataan atau indikator) dengan *construct score* yang dihitung dengan *partial least squares*. Suatu indikator dianggap mempunyai validitas yang tinggi jika mempunyai *outer loading* > 0,7 sedangkan jika 0,5-0,6 diperbolehkan. Berikut ini pengukur *convergent validity*nya:

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Komunikasi Interpersonal	KI1	0,778	Valid
	KI2	0,904	Valid
	KI3	0,757	Valid
	KI4	0,763	Valid
	KI5	0,820	Valid
	KI6	0,853	Valid
	KI7	0,896	Valid
	KI8	0,713	Valid
	KI9	0,792	Valid
	KI10	0,788	Valid
	KI11	0,784	Valid
	KI12	0,713	Valid
Kreativitas	K1	0,766	Valid
	K2	0,727	Valid
	K3	0,731	Valid
	K4	0,724	Valid
	K5	0,785	Valid
Kinerja Karyawan	KK1	0,541	Valid
	KK2	0,621	Valid
	KK3	0,658	Valid
	KK4	0,715	Valid
	KK5	0,738	Valid
	KK6	0,727	Valid
	KK7	0,740	Valid
	KK8	0,795	Valid
	KK9	0,796	Valid
	KK10	0,740	Valid
	KK11	0,795	Valid
	KK12	0,796	Valid

Sumber: Smart PLS (2020)

Berdasarkan dari hasil pengujian *convergent validity* di atas dapat dilihat bahwa semua indikator adalah konstruk untuk mengukur masing-masing variabel karena telah memenuhi nilai *convergent validity*. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai *factor loading* yang  $> 0,50$  dan menunjukkan bahwa indikator komunikasi interpersonal sudah mengukur variabel komunikasi interpersonal, indikator kreativitas sudah mengukur variabel kreativitas dan indikator kinerja karyawan sudah mengukur variabel kinerja karyawan. Selain menggunakan *convergent validity*, uji validitas pada penelitian ini menggunakan *discriminant validity* menggunakan nilai *cross loading* dan *square root of average variance extracted (AVE)*.

#### Average Variance Extracted

Nilai AVE digunakan untuk mengukur banyaknya varians yang mampu ditangkap konstraknya dibandingkan variansi yang ditimbulkan oleh kesalahan pengukuran. Artinya, variansi nilai yang terdapat pada masing-masing variabel masih mengukur variabel tersebut. Nilai yang disyaratkan dari AVE adalah  $> 0,5$ . Berikut ini hasil pengukuran *discriminant validity* menggunakan nilai AVE yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.3 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Komunikasi Interpersonal	0,631
Kreativitas	0,547
Kinerja Karyawan	0,538

Sumber: Smart PLS (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa konstruk masing-masing variabel mampu menangkap varians data. Hal tersebut diketahui dari nilai AVE pada masing-masing variabel di atas  $> 0,50$ .

#### Cronbach's Alpha

Selain *composite reliability*, penelitian ini juga menggunakan nilai Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi item pertanyaan dalam masing-masing variabel dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha
Komunikasi Interpersonal	0,947
Kreativitas	0,792
Kinerja Karyawan	0,920

Sumber: Smart PLS (2020)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat terlihat bahwa nilai konsistensi internal yang diukur menggunakan nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabelnya  $\geq 0,7$ . Artinya, masing-masing indikator pada setiap variabel sudah secara konsisten mengukur variabel tersebut.

#### Uji Goodness of Fit

Untuk melakukan validasi terhadap keseluruhan model (model dikatakan baik atau tidak), maka penelitian ini menggunakan formula GoF (Goodness of Fit) sebagai berikut: Sumber: Hussain, et. al (2018)

$$GoF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

Dimana:

AVE = average communalities index

R<sup>2</sup> = the R<sup>2</sup> model

Berdasarkan formula di atas, maka skor *goodness of fit* dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned} GoF &= \sqrt{0.572 \times 0.436} \\ &= 0,499 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa GoF index mempunyai skor sebesar 0,499. Hasil ini menggambarkan bahwa model penelitian sudah baik karena nilai GoF nya lebih besar dari nilai 0,36.

### 4.3 Pembahasan

Kinerja karyawan artinya adalah kontribusi yang diberikan oleh karyawan yang telah ditetapkan sebelumnya dan diamati hasilnya di lapangan. Ukuran kinerja karyawan yang digunakan pada penelitian ini adalah mengenai kualitas, kuantitas, *timeliness*, *cost effective*, *need for supervisors*, dan *interpersonal impact*. Kinerja yang tinggi adalah output yang diinginkan oleh setiap perusahaan. Kinerja akhir ditentukan dari proses yang terdapat dalam perusahaan, terutama komunikasi antar karyawan. Kinerja perusahaan yang tinggi tergantung dari kesepahaman pesan antara pihak yang menyampaikan dan pihak yang menerima pesan tersebut (Wijayanti, 2013: 127). Kesepahaman dapat terjadi jika antar karyawan mampu menyampaikan dan menangkap pesan dengan baik. Penelitian yang dilakukan oleh Arizal, Sutopo, dan Rahmasari (2017) menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kinerja karyawan

Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2013); Hassan, Malik, Hasnain, Faiz dan Abbas (2013) menyebutkan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil ini menggambarkan bahwa naik turunnya kinerja karyawan tergantung dari komunikasi interpersonal antar karyawan dan kreativitas dari karyawan. Oleh karena itu, diperlukan suatu kondisi komunikasi yang baik dalam perusahaan dan jiwa kreativitas pada diri karyawan agar menghasilkan kinerja yang maksimal seperti yang dikonfirmasi oleh penelitian yang dilakukan oleh Aprianggi, Sari, dan Syahrul (2018).

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Komunikasi interpersonal pada PT. Republika Media Mandiri berada pada kategori baik. Hal ini berarti karyawan dalam perusahaan sudah saling respek, empati, memahami, dan komunikasi yang terjalin jelas.
2. Kreativitas karyawan pada PT. Republika Media Mandiri berada pada kategori tinggi. Hal ini berarti karyawan dalam perusahaan sudah mempunyai pemikiran yang kreatif dan motivasi kerja yang tinggi.
3. Kinerja karyawan pada PT. Republika Media Mandiri berada pada kategori baik. Hal ini berarti karyawan sudah mampu menghasilkan pekerjaan yang berkualitas, sesuai target, efisien, tidak membutuhkan banyak bimbingan dan mampu memberikan dampak terhadap rekan kerjanya.
4. Komunikasi interpersonal dan kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan pada PT. Republika Media Mandiri, baik secara parsial maupun secara simultan.

### 5.2 Saran

Saran yang diberikan haruslah berasal dari hasil analisis baik secara deskriptif maupun kausalitas. Berdasarkan hasil analisis deskriptif dapat diketahui bahwa penilaian terhadap variabel kreativitas dan kinerja karyawan belum terlalu baik. Sedangkan pada komunikasi interpersonal secara rata-rata sudah baik, namun terdapat poin yang belum maksimal.

#### i. Saran Akademis

Saran akademis pada penelitian ini diantaranya:

1. Pada penelitian ini terkonfirmasi bahwa komunikasi interpersonal dan kreativitas berpengaruh terhadap kinerja karyawan, namun koefisien determinasinya masih di bawah 50% sehingga pada penelitian selanjutnya sebaiknya dapat ditambah variabel determinannya agar dapat diketahui lebih banyak variabel-variabel yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan.
2. Penelitian ini bersifat studi kasus hanya pada perusahaan tertentu sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada obyek penelitian lain agar didapatkan gambaran yang utuh mengenai pengaruh variabel komunikasi interpersonal dan kreativitas.

#### ii. Saran Praktis

Saran praktis yang diberikan kepada PT. Republika Media Mandiri sesuai dengan hasil penelitian adalah:

1. Dibutuhkan upaya meningkatkan kepedulian antar karyawan dengan cara menciptakan kegiatan-kegiatan seperti *sharing knowledge*, olahraga, atau kegiatan kelompok lainnya.
2. Diharapkan perusahaan lebih berani melakukan mutasi kepada karyawannya atau merit sistem agar meningkatkan motivasi karyawan dalam mencapai target.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiatama, P. (2015). Perilaku Pencarian Informasi oleh Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Negeri Malang . *UN Malang*.
- Almaghrabi, D. H., & Ali. (2011). Determinants of Customer Continuance Intention of Online Shopping. *Int. Journal of Business Science and Applied Management*, 6(1), 41-65.
- Amini, & Akbari. (2014). Studying Effect of Site Quality on Online Repurchase Intention Through Satisfaction, Trust, and Commitment of Customer. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 4(4), 2839-2849.
- Anantadajaya. (2009 Services 2009, April 29-30). Measuring Human Resources: A Case Study in Small and Medium. *Seminar Nasional Industrial* , pp. 101-114.
- Aprianggi, Sari, & Syahrul. (2018). Pengaruh Kreativitas, Kedisiplinan, Kompensasi, dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Karyawan PDAM Bandung. *Journal of Economic and Economic Education*, 6(2), 143-155.
- Arizal, Sutopo, & Rahmasari. (2017). Pengaruh Komunikasi, Disiplin, dan Pengawasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Pelabuhan Indonesia III Cabang Tanjung Perak Surabaya. *Jurnal Manajemen Branchmark*, 3(2), 232-247.
- Ashfaq, Yun, Waheed, Khan, & Farukh. (2019). Customers' Expectation, Satisfaction, and Repurchase Intention of Used Products Online: Empirical Evidence From China. *journals.sagepub.com/home/sgo*, 1-14.
- Audriene, D. (2018, Januari 19). *Teknologi*. Retrieved November 12, 2019, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180119144103-185-270193/ylki-lazada-nomor-1-paling-banyak-dikeluhkan>
- Beck, Richard, Thanh, Montagi, Parizot, & Renahy. (2014). Use of the Internet as a Health Information Resource Among French Young Adults: Results From a Nationally Representative Survey. *J Med Internet Res*, 16(5).
- Bogdan, & Taylor. (1975). *INTRODUCTION TO QUALITATIVE RESEARCH METHODS*. Newyork: Sage Publications.
- Bogdan, R. C., & Biklen, K. S. (1982). *Qualitative Research for Education: An Introduction to Theory and Methods*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Budiharjo. (2015). *Panduan Praktis Penilaian Kinerja Karyawan*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*. California, Sage Publications.
- Ellison, G. (2011). Is Peer Review in Decline? *Economic Inquiry*, 635-657.
- Emerald. (2016). *360-degree feedback: royal fail or holy grail?* Retrieved September 9, 2016, from Emerald: [www.emeraldinsight.com](http://www.emeraldinsight.com)
- Fachrizal, E., & Ginting, A. (2013). Penilaian Kinerja Karyawan dengan Menggunakan Metode 360 Degree Feedback pada Hotel XYZ Medan. *e-Jurnal Teknik Industri FT USU*, 3(1), 7-14.
- Fuad, H. (2019, Januari 25). *Sektor Riil*. Retrieved November 11, 2019, from Sindo News: <https://ekbis.sindonews.com/read/1373598/34/industri-e-commerce-diyakini-masih-menjanjikan-di-2019-1548420369>
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS edisi 19 (Edisi Kelima)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hamari, J., Hanner, N., & Koivisto, J. (2017). Service quality explains why people use freemium services but not if they go premium: An empirical study in free-to-play games. *International Journal of Information Management*, 37, 14491-459.
- Hamid, F., & Rahman, A. (2010). *Panduan Skripsi*. FIKOM UMB.
- Handoko. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: BPF.
- Hasibuan, M. (2013). *Manajemen Dasar*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hassan, Malik, Hasnain, Faiz, & Abbas. (2013). Measuring Employee Creativity and its Impact on Organization Innovation Capability and Performance in the Banking Sector of Pakistan. *World Applied Sciences Journal*, 24(7), 949-959. doi:10.5829/idosi.wasj.2013.24.07.13253
- Hendler, J. (2008). Reinventing Academic Publishing - Part 3. *Intelligent Systems*, 23(1), 2-3.
- Herlina, S. S., & Misroni. (2015). PERILAKU PENCARIAN INFORMASI MAHASISWA PROGRAM DOKTORAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH DALAM PENYUSUNAN DISERTASI . *UIN Raden Fatah*.
- Hery. (2019). *Menyusun Rencana Pemasaran Gerilya yang Unggul*. Jakarta: Gramedia.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Hussain, Fangwei, Siddiqi, & Ali. (2018). Structural Equation Model for Evaluating Factors Affecting Quality of Social Infrastructure Projects. *Sustainability*.



- Ilmi, A. R. (2012). PERILAKU PENCARIAN INFORMASI DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA INTERNET PADA REMAJA AWAL (Studi Deskriptif Perilaku Pencarian Informasi Dengan Menggunakan Media Internet Pada SMPN 32 Surabaya). *FISIP UNAIR*.
- Indrawan, & Yaniawati. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Refika Aditama.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi*. Bandung: Aditama.
- Khoirista, A., Yulianto, E., & Mawardi, K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Fedex Expres Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis, 25*(2), 1-7.
- Kossivi, B., Xu, M., & Kalgora, B. (2016). Study on Determining Factors on Employee Retention. *Open Journal of Social Sciences*(4), 261-268.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kuncoro, M. (2014). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.
- Lawasi, E. S., & Triatmanto. (2017). Pengaruh Komunikasi, Motivasi, dan Kerjasama Tim Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 5*(1), 47-57.
- Lumempow, Mandey, & Rontinsulu. (2015). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri cabang Bahu Mali Manado. *Jurnal EMBA, 3*(3), 1275-1286.
- Luo, & Ye. (2019). The Effects of Online Reviews, Perceived Value, and Gender on Continuance Intention to Use International Online Outshopping Website: An Elaboration Likelihood Model Perspective. *Journal of International Consumer Marketing, 1*-21. doi:<https://doi.org/10.1080/08961530.2018.1503987>
- Mangkunegara, A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Karya.
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Munandar, U. (2014). *Kreativitas dan Keberbakatan*. Jakarta: Gramedia.
- Oghunma, Saney, Wong, & Chang. (2016). An Expectation-Confirmation Model of Continuance Intention to Use Mobile Instant Messaging. *Telematics dan Informatics, 33*, 34-47.
- Ozcan. (2004). Consumer-To-Consumer Interaction in a Networked Society: Word of Mouth Theory, Consumer Experiences, and Network Dynamics. *University of Michigan*, 1-185.
- Pardosi, J., Tambunan, M. M., & Syahputri, K. (2013). Pengukuran Kinerja dengan Menggunakan Integrasi 360 derajat Feedback dan AHP di PT. S. *e-Jurnal Teknik Industri FT USU, 3*(2), 1-7.
- Patton, M. Q. (1987). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. New York: Sage Publications.
- Pfeffer, J., Soetjipto, B., Handoko, H., Ancok, D., Dharma, S., Peniwati, K., . . . Adi, W. (2008). *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*. Amara Books: Yogyakarta.
- Poerwandari, E. (1998). *Pendekatan kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Jakarta: Lembaga Pengembanagn Sarana Pengukuran dan Pendidikan Psikologi (LPSP3) Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Pratomo, Y. (2019, Mei 16). *Internet*. Retrieved November 11, 2019, from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jjwa>
- Ramos, A., Gaitan, J., & Peral, B. J. (2014). Gender Differences Among Elderly in the Use of Internet Banking Services. *The International Journal of Management Science and Information Technology, Special Issues*, 45-52.
- Razak, I., & Triatmanto, B. (2016). The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction with the Mediator of Customer Value. *Journal of Marketing and Consumer Research, 30*, 59-68.
- Ridder, H.-G. (2017, October). The theory contribution of case study research designs. *Business Research, 10* (2); 10(2), 281–305.
- Rismawati, & Mattalata. (2018). *Evaluasi Kinerja : Penilaian Kinerja Atas Dasar Prestasi Kerja Berorientasi Ke Depan*. Celebes: Celebes Media Perkasa.
- Riyadi, M. (2013). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas Sepeda Motor Enduro 4 T. *Jurnal Dinamika Sosial, 2*(3), 48-58.
- Romel. (2014). Karya Tulis Ilmiah: Pengertian, Karakteristik, dan Jenis-jenis. *Komunikasi Praktis*.

- Rozinah, S. (2012). PERILAKU PENCARIAN INFORMASI DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA INTERNET PADA REMAJA AWAL (Studi Deskriptif Perilaku Pencarian Informasi Dengan Menggunakan Media Internet Pada SMPN 32 Surabaya). *Universitas Indonesia*.
- Sahara, S. (2012). Model Paket Layanan Penguasaan Konten Bertema Kesiapan Menikah Berbasis Multimedia pada Mahasiswa. *Indonesia Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*, 1(1), 64-70.
- Saleh, A. M., & Ismail, R. (2015). Usability Evaluation Frameworks of Mobile Application: a Mini-Systematic Literature Review. *Proceeding of the 3rd Global Summit on Education GSE 2015* (pp. 231-240). Kuala Lumpur: WorldConferences.net.
- Samsudin, S. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sarinah, & Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Seidde, J. (1998). *Qualitative data analysis*. Newbury Park: Sage Publications.
- Setiawan, B. (2015). *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Siddiqi, & Qureshi. (2016). The Impact of Employees' Creativity on the Performance of the Firm. *Research Issues in Social Sciences*, 1, 1-2.
- Sopomo, & Nurhayati. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Yrama Widya.
- Sorooshian, S., Salimi, M., Salehi, M., Bekheir, N. N., & Asfaranjan, Y. S. (2013). Customer experience about service quality in online environment: A case of Iran. *Social and Behavioral Sciences*, 93, 1681-1695.
- Subekti, N. B. (2010). *EduPlus: Tips Menyiapkan Tugas Akhir atau Tesis*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Prenadamedia Grup: Jakarta.
- Sutrisno. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Sutrisno.
- Sutrisno. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Sutrisno.
- Suwanto. (2014). *Manajemen SDM Dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, H. G. (1979). *Membaca Sebagai Suatu Keterampilan Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Umar, H. (2005). *Evaluasi Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Universitas Negeri Yogyakarta. (2018). *Tugas Akhir*. Retrieved from Layanan Akademik UMY: <https://www.uny.ac.id/akademik/tugas-akhir>
- Usman, B. (2013). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Pegawai pada Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 10(1), 1-18.
- Wibowo. (2016). *Manajemen Kinerja*. Raja Grafindo Perkasa: Jakarta.
- Wibowo, A. (2013). Pengaruh Pelatihan dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Teknisi pada PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Area Bojonegoro. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(4), 1022-1032.
- Widhiastuti. (2014). Big Five Personality sebagai Prediktor Kreativitas dalam Meningkatkan Kinerja Anggota Dewan. *Jurnal UGM*, 41(4), 115-133.
- William, O., Appiah, E. E., & Botchway, E. A. (2012). *Assessment of Customer Expectation and Perception of Service Quality Delivery in Ghana Commercial Bank*. Accra: Methodist University College.
- Winarsih, S. A. (2013). KEBUTUHAN DAN PERILAKU PENCARIAN INFORMASI TARUNA ANGKATAN 46 DI PERPUSTAKAAN POLITEKNIK ILMU PELAYARAN SEMARANG. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(4), 9-17.
- Wood, & Tanner. (2012). The Role of the Lecturer as Tutor: Doing What Effective Tutors Do in a Large Lecture Class. *CBE Life Sci Educ*, 11(1), 3-9.
- Wu. (2017). Understanding mobile shopping consumers' continuance intention. *Industrial Management & Data Systems*, 117(1), 213-227.
- Yin, R. K. (2013). *Case Study Research: Design and Methods* (Vol. 5). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.

