

Yayasan Menara Bhakti	
UNIVERSITAS MERCU BUANA	
Perpustakaan Pusat	
Sumber :	5
Tanggal :	6 Agustus 2012
No. Reg. :	1. T1112 0830
	2. TK/52/12/011



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Hubungan Kampanye dengan Produktivitas Kerja dan
Performa Karyawan Departemen *Used Motor Cycle* pada
PT. OPQ**

TESIS

**Diajukan Sebagai Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Ilmu Komunikasi**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh

Nama : Meri Selvia

NIM : 55209110013

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
2012



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

1. Nama : Meri Selvia
2. NIM : 55209110013
3. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
4. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
5. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
6. Judul : Hubungan Kampanye dengan Produktivitas Kerja dan Performa Karyawan Departemen *Used Motor Cycle* pada PT. OPQ

UNIVERSITAS

Jakarta, 18 Januari 2012

MERCU BUANA

Pembimbing Utama

Dr. Irwansyah, M.Si

Pembimbing II

Heri Budianto, S.Sos, M.Si



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Judul | : Hubungan Kampanye dengan Produktivitas
Kerja dan Performa Karyawan Departemen
<i>Used Motor Cycle</i> pada PT. OPQ |
| 2. Nama | : Meri Selvia |
| 3. NIM | : 55209110013 |
| 4. Jenjang Pendidikan | : Strata Dua (S2) |
| 5. Program Studi | : Magister Ilmu Komunikasi |
| 6. Konsentrasi | : Corporate and Marketing Communication |
| 7. Tanggal | : 18 Januari 2012 |

Jakarta, 18 Januari 2012

UNIVERSITAS

Mengetahui,

- MERCU BUANA**
- | | |
|----------------------------|---------|
| 1. Ketua Sidang | (.....) |
| Dr. Farid Hamid, M.Si | (.....) |
| 2. Penguji Ahli | (.....) |
| Dr. Ahmad Mulyana, Msi | (.....) |
| 3. Pembimbing I | (.....) |
| Dr. Irwansyah, M.Si | (.....) |
| 4. Pembimbing II | (.....) |
| Heri Budianto, S.Sos, M.Si | (.....) |



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

- | | |
|-----------------------|--|
| 1. Judul | : Hubungan Kampanye dengan Produktivitas Kerja dan Performa Karyawan Departemen <i>Used Motor Cycle</i> pada PT. OPQ |
| 2. Nama | : Meri Selvia |
| 3. NIM | : 55209110013 |
| 4. Jenjang Pendidikan | : Strata Dua (S2) |
| 5. Program Studi | : Magister Ilmu Komunikasi |
| 6. Konsentrasi | : Corporate and Marketing Communication |
| 7. Tanggal | : 18 Januari 2012 |

Jakarta, 2012

Mengetahui,

- | | |
|---|---------|
| 1. Ketua Sidang,
Dr. Farid Hamid, Msi | (.....) |
| 2. Penguji Ahli
Dr. Ahmad Mulyana, Msi | (.....) |
| 3. Pembimbing I
Dr. Irwansyah, Msi | (.....) |
| 4. Pembimbing II
Heri Budianto, S.Sos, Msi | (.....) |

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

1. Judul : Hubungan Kampanye dengan Produktivitas Kerja dan Performa Karyawan Departemen *Used Motor Cycle* pada PT. OPQ
2. Nama : Meri Selvia
3. NIM : 55209110013
4. Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
5. Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
6. Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
7. Tanggal : 18 Januari 2012

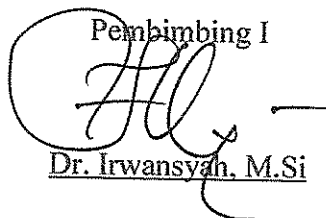
Jakarta, 2012

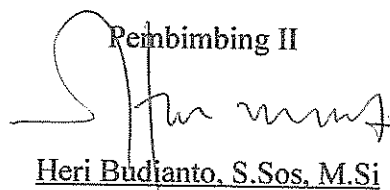
Disetujui dan diterima oleh,
Direktur Pasca Sarjana


Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Mengetahui,
Ketua Sidang Program Studi Magister Ilmu Komunikasi


Dr. Farid Hamid, M.Si

Pembimbing I

Dr. Irwansyah, M.Si

Pembimbing II

Heri Budianto, S.Sos, M.Si

PERNYATAAN

Judul : Hubungan Kampanye dengan Produktivitas Kerja dan Performa Karyawan Departemen *Used Motor Cycle* pada PT. OPQ

Nama : Meri Selvia

NIM : 55209110013

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 18 Januari 2012

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan dibimbing oleh Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 Januari 2012



Meri Selvia

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan pada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya lah akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Adapun tesis ini di susun sebagai salah satu syarat karya akhir dalam menempuh gelar pada Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam proses penyusunan tesis ini tidak luput dari upaya penulis bekerja dengan keras, mengisi atas segala materi/bahan yang penulis cari dan peroleh selama ini. Namun semua itu tidak terlepas dari bantuan pihak-pihak lain yang selama ini memberikan kontribusi dukungan kepada penulis, dalam hal ini penulis ucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/saudara/i :

1. Dr. Irwansyah, Msi, selaku Pembimbing utama penulis dengan sabar melakukan diskusi dan memberikan arahan-arahan yang jelas dalam menyelesaikan tesis ini, juga atas motivasi-motivasinya selama ini diberikan pada penulis.
2. Heri Budianto S.Sos,Msi Pembimbing II penulis yang senantiasa memeriksa draft tesis yang kemudian memberikan masukan yang dapat memudahkan penulis dalam menyelesaikannya.
3. Dr. Farid Hamid,Msi. Ketua program studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pencerahan pada penulis dalam masa perkuliahan

4. Seluruh staf pengajar / Dosen Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta, yang telah memberikan pengetahuan, wawasan yang sangat berharga bagi penulis tentang segala hal mengenai Ilmu Komunikasi yang terbaru.
5. Seluruh Staf Sekretariat Magister Ilmu Komunikasi, yang senantiasa memberikan informasi-informasi dan pelayanannya tentang kegiatan akademik.
6. Kepada rekan-rekan / teman-teman Magister Ilmu Komunikasi khususnya angkatan 7 terima kasih atas *sharing*/diskusinya selama ini, baik pada saat perkuliahan maupun pada saat penyusunan tesis. Tetap semangat dan selalu menjalin silaturahmi angkatan 7 Magister Ilmu Komunikasi.

Sebagai manusia, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini tentunya tidak terluput dari kekurangan yang ada, karenanya saran, *input* ataupun kritik *konstruktif* senantiasa penulis harapkan sebagai bahan masukan berharga bagi penulis untuk dimasa yang akan datang.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2012
Wassalam,

Meri Selvia

DAFTAR ISI



Halaman

JUDUL PENELITIAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Perumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	 13
2.1 Tinjauan Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka	20
2.2.1 Komunikasi	20
2.2.2 Pengertian Komunikasi Organisasi	21
2.2.3 Fungsi Komunikasi Organisasi	27
2.2.4 Definisi Kampanye	28
2.2.5 Fungsi Kampanye	30
2.2.6 Persuasi Kampanye	30
2.2.7 Definisi Produktivitas Kerja	32
2.2.8 Upaya-upaya Peningkatan Produktivitas Kerja	36
2.2.9 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja ...	40
2.2.10 Performa Karyawan	42
2.2.11 Pengertian Evaluasi Kerja	43
2.2.12 Tujuan Evaluasi Kerja	44
2.2.13 Kegunaan Evaluasi Kerja	45
2.2.14 Metode untuk Meningkatkan Performa Karyawan	47
2.3 Kerangka Perfikir	50
2.4 Hipotesis Penelitian	50
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 51
3.1 Objek Penelitian	51

3.2	Paradigma Penelitian	51
3.3	Metode Penelitian	51
3.4	Populasi dan Sampel	52
3.5	Definisi Konsep dan Operasional Variabel	53
3.6	Validitas dan Reliabilitas	61
3.6.1	Uji Validitas	61
3.6.2	Uji Reliabilitas	64
3.7	Teknik Pengumpulan Data	66
3.8	Teknik Analisis Data	67
3.8.1	Analisis Deskriptif	67
3.8.2	Analisis Regresi Linear Sederhana	70
3.8.2.1	Uji Korelasi	70
3.8.2.2	Uji Normalitas	71
3.8.2.3	Uji Regresi	71
3.8.3	Uji Hipotesis (Uji t)	73
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		76
4.1	Analisis Data dan Hasil Penelitian	76
4.2	Validitas dan Reliabilitas	77
4.2.1	Uji Validitas	77
4.2.2	Uji Reliabilitas	77
4.3	Analisis Deskriptif	78
4.3.1	Kampanye	78
4.3.1.1	Skor Garis Kontinum	78
4.3.1.2	Uji Normalitas	79
4.3.1.3	Distribusi Frekuensi	80
4.3.2	Produktivitas Kerja	96
4.3.2.1	Skor Garis Kontinum	96
4.3.2.2	Uji Normalitas	97
4.3.2.3	Distribusi Frekuensi	98
4.3.3	Performa Karyawan	108
4.3.3.1	Skor Garis Kontinum	108
4.3.3.2	Uji Normalitas	109
4.3.3.3	Distribusi Frekuensi	110
4.4	Hubungan Kampanye dengan Produktivitas Kerja	125
4.4.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	125
4.4.2	Menguji Keberartian Koefisien Regresi	127
4.4.2.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	127
4.4.2.2	Analisis Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi	128
4.5	Hubungan Kampanye dengan Performa Karyawan	129
4.5.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	129
4.5.2	Menguji Keberartian Koefisien Regresi	131
4.5.2.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	131
4.5.2.2	Analisis Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi	132
4.6	Hubungan Produktivitas Kerja dengan Performa Karyawan	132
4.6.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	133

4.6.2	Menguji Keberartian Koefisien Regresi	134
4.6.2.1	Penguji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	134
4.6.2.2	Analisis Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi	135
4.7	Diskusi dan Pembahasan	136
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		141
5.1	Kesimpulan	141
5.2	Saran	143
DAFTAR PUSTAKA		145
LAMPIRAN		xix
RIWAYAT HIDUP		lxii



DAFTAR TABEL

	Halaman
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
Tabel Tinjauan Terdahulu	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
Tabel 3.1 Variabel Operasional	53
Tabel 3.2a Tingkatan Korelasi Item-item Pernyataan Variabel Bebas X	62
Tabel 3.2b Tingkatan Korelasi Item-item Pernyataan Variabel Terikat Y ₁	62
Tabel 3.2c Tingkatan Korelasi Item-item Pernyataan Variabel Terikat Y ₂	63
Tabel 3.3 Kaidah Guilford	66
Tabel 3.4 Pilihan dan Nilai Jawaban untuk Tiap Item Pernyataan	68
Tabel 3.5 Kategori Interpretasi Skor	69
Tabel 3.6 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	70
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	76
Tabel 4.1 Nilai Koefisien Reliabilitas α	78
Tabel 4.9d Uji Normalitas	80
Tabel 4.8.1 Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana pencapaian target menurunkan stok on hand)	81
Tabel 4.8.2 Frekuensi Jawaban Responden (Apakah jumlah unit yang direkondisi di cabang Anda memenuhi target) ...	81
Tabel 4.8.3 Frekuensi Jawaban Responden (Apakah unit-unit yang direkondisi teralokasi)	82
Tabel 4.8.4 Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dalam mencapai target booking UMC, didukung oleh departemen lain)	82
Tabel 4.8.5 Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana reaksi dealer dengan program kampanye)	83
Tabel 4.8.6 Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana reaksi konsumen ketika melihat unit rekondisi)	83
Tabel 4.8.7 Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana tanggapan manajemen perusahaan atas kampanye yang berlangsung)	84
Tabel 4.8.8 Frekuensi Jawaban Responden (Apakah karyawan termotivasi dengan program kampanye)	84
Tabel 4.8.9 Frekuensi Jawaban Responden (Apakah program	

	kampanye dilakukan setiap tahun)	85
Tabel 4.8.10	Frekuensi Jawaban Responden (Lama program kampanye berlangsung)	85
Tabel 4.8.11	Frekuensi Jawaban Responden (Kapan/waktu program kampanye departemen UMC dilaksanakan) .	86
Tabel 4.8.12	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah waktu penyelenggaraan program kampanye departemen UMC ideal dengan kebutuhan perusahaan)	86
Tabel 4.8.13	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana komunikasi yang terjalin dengan atasan Anda)	87
Tabel 4.8.14	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda diberi arahan dalam menjalankan program kampanye)	87
Tabel 4.8.15	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana komunikasi yang terjalin antara kantor pusat dengan kantor cabang Anda)	88
Tabel 4.8.16	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda diberi arahan dalam menjalankan program kampanye ini) ...	88
Tabel 4.8.17	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda sering melakukan komunikasi dengan dealer)	89
Tabel 4.8.18	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dealer sering menghubungi Anda)	89
Tabel 4.8.19	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda akan tetap menjalankan program-program yang ada di kampanye setelah Kampanye berakhir)	90
Tabel 4.8.20	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda yakin akan berhasil mencapai target)	90
Tabel 4.8.21	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah menurut Anda dengan program kampanye, Anda mendapat pengetahuan baru)	91
Tabel 4.8.22	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dengan kampanye ini, Anda merasa simpati terhadap perusahaan)	91
Tabel 4.8.23	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dengan kampanye ini, Anda menjadi lebih menyukai pekerjaan Anda)	92
Tabel 4.8.24	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda peduli dengan target-target yang diberikan)	92
Tabel 4.8.25	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana tanggapan dealer dengan adanya kampanye ini)	93
Tabel 4.8.26	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda merasa menjadi karyawan yang lebih baik setelah mengikuti program kampanye ini)	93
Tabel 4.8.27	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah menurut Anda dengan kampanye ini mengubah perilaku karyawan lain dalam menjalankan pekerjaannya)	94
Tabel 4.8.28	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah media massa berperan dalam kampanye)	94
Tabel 4.8.29	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah ada media	

	husus yang digunakan dalam kampanye)	95
Tabel 4.8.30	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dealer menggunakan media massa untuk mendukung program kampanye)	95
Tabel 4.10d	Uji Normalitas	98
Tabel 4.8.31	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda dapat mengatasi sikap ketika pekerjaan di akhir bulan)	99
Tabel 4.8.32	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah hubungan Anda dengan rekan kerja lain terbina dengan baik) ...	99
Tabel 4.8.33	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda dapat menyelesaikan pekerjaan tepat waktu)	100
Tabel 4.8.34	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda termotivasi untuk mencapai target pada kampanye) ...	100
Tabel 4.8.35	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda akan terus melakukan yang terbaik setelah kampanye selesai)	101
Tabel 4.8.36	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana penyimpanan dokumen, apakah tersusun dengan rapi)	101
Tabel 4.8.37	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda dapat mencapai target-target pada kampanye)	102
Tabel 4.8.38	Frekuensi Jawaban Responden (Waktu yang diberikan pada kampanye untuk mencapai target)	102
Tabel 4.8.39	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah menurut Anda target dalam kampanye terlalu berat sehingga tidak sesuai dengan realitas yang diharapkan)	103
Tabel 4.8.40	Frekuensi Jawaban Responden (Pegian kerja dalam melaksanakan kampanye)	103
Tabel 4.8.41	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah perusahaan Anda melakukan peningkatan kualitas SDM dan sarana prasarana kerja)	104
Tabel 4.8.42	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah ada perubahan standar kerja bila terjadi perbedaan dengan realitas yang terjadi)	104
Tabel 4.8.43	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah karyawan di perusahaan Anda bekerja sesuai dengan perndidikannya)	105
Tabel 4.8.44	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimanakah pelatihan yang diberikan dapat membantu pekerjaan Anda)	105
Tabel 4.8.45	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda mudah stress apabila menghadapi pekerjaan)	106
Tabel 4.8.46	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah komunikasi atasan Anda dengan Anda terbina dengan baik)	106
Tabel 4.8.47	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana hubungan kegiatan kampanye terhadap produktivitas kerja departemen UMC)	107
Tabel 4.11d	Uji Normalitas	109

Tabel 4.8.48	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah performa perusahaan mendapat nilai baik)	110
Tabel 4.8.49	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana rancangan perusahaan Anda untuk mencapai target) ...	110
Tabel 4.8.50	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana proses tahapan dalam menghasilkan pelayanan)	111
Tabel 4.8.51	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana performa karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan)	111
Tabel 4.8.52	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana proses pekerja tersebut dilakukan oleh karyawan)	112
Tabel 4.8.53	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimanakah evaluasi performa karyawan yang diterapkan manajemen perusahaan)	112
Tabel 4.8.54	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah poin-poin dalam evaluasi kerja dapat meningkatkan performa karyawan)	113
Tabel 4.8.55	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah keberhasilan kerja Anda perlu diakui manajemen)	113
Tabel 4.8.56	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana peluang karir yang manajemen berikan kepada Anda)	114
Tabel 4.8.57	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah manajemen memberi motivasi kepada Anda untuk berprestasi) ...	114
Tabel 4.8.58	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda dapat melakukan negosiasi)	115
Tabel 4.8.59	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dari evaluasi ada perbaikan)	115
Tabel 4.8.60	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah ada penyesuaian kompensasi apabila Anda mencapai target)	116
Tabel 4.8.61	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah keputusan penempatan ke cabang lain merupakan hasil dari evaluasi kerja)	116
Tabel 4.8.62	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dari evaluasi dapat digunakan untuk pelatihan dan pengembangan kerja)	117
Tabel 4.8.63	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dari evaluasi digunakan untuk perencanaan dan pengembangan karir)	117
Tabel 4.8.64	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dari evaluasi kerja dapat digunakan untuk evaluasi proses ketenagakerjaan)	118
Tabel 4.8.65	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah dari evaluasi kerja dapat digunakan untuk penempatan karyawan)	118
Tabel 4.8.66	Frekuensi Jawaban Responden (Dari evaluasi kerja dapat diperoleh ketidakakuratan informasi)	119
Tabel 4.8.67	Frekuensi Jawaban Responden (Dari evaluasi kerja dapat diketahui kesalahan dalam merancang kerja) ...	119

Tabel 4.8.68	Frekuensi Jawaban Responden (Dari evaluasi kerja, setiap karyawan mempunyai kesempatan kerja yang sama)	120
Tabel 4.8.69	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah Anda dapat mengatasi tantangan dari eksternal)	120
Tabel 4.8.70	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah evaluasi kerja tersebut dapat menjadai umpan balik bagi peningkatan SDM)	121
Tabel 4.8.71	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah saran yang diperoleh dari kotak saran berguna untuk meningkatkan performa karyawan)	121
Tabel 4.8.72	Frekuensi Jawaban Responden (Apakah perusahaan mengadakan pelatihan untuk karyawan)	122
Tabel 4.8.73	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana respon karyawan terhadap pelatihan yang diberikan)	122
Tabel 4.8.74	Frekuensi Jawaban Responden (Bagaimana tindakan karyawan departemen UMC setelah kampanye)	123
Tabel 4.8.75	Frekuensi Jawaban Responden (Hubungan kampanye terhadap performa karyawan departemen UMC)	123
Tabel 4.8.76	Frekuensi Jawaban Responden (Hubungan produktivitas kerja dengan performa karyawan departemen UMC)	124
Tabel 4.8.77	Frekuensi Jawaban Responden (Hubungan kampanye dengan produktivitas kerja dan performa karyawan)	124
Tabel 4.9c	Analisis Regresi Linear Sederhana	126
Tabel 4.12	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	128
Tabel 4.9a	Analisis Korelasi Berganda	128
Tabel 4.10c	Analisis Regresi Linear Sederhana	129
Tabel 4.13	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	131
Tabel 4.10a	Analisis Korelasi Berganda	132
Tabel 4.11c	Analisis Regresi Linear Sederhana	133
Tabel 4.14	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	135
Tabel 4.11a	Analisis Korelasi Berganda	136
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		141