

PENGARUH KOMPENSASI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KETERIKATAN KARYAWAN PADA PERUSAHAAN *E-COMMERCE* DI BANDARLAMPUNG

Ignatius Limpad Kharismawan¹, Keumala Hayati²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung
igliempad24@gmail.com, keumala.hayati@feb.unila.ac.id² ✉

ABSTRAK

Suatu perusahaan akan maju dan mencapai suatu tahap keberhasilan jika mampu memiliki sumber daya manusia yang percaya dan merasa terikat dengan perusahaan tersebut. Dalam setiap perusahaan, karyawan memiliki hak dalam menerima apa yang menjadi kebutuhannya seperti kompensasi dan kepercayaan, dan ini harus diberikan oleh perusahaan mengingat karyawan akan bekerja dengan baik dan merasa terikat dengan perusahaan tempat mereka bekerja sehingga memberikan seluruh kemampuan yang mereka miliki. Permasalahan mengenai karyawan yang merasa terikat dengan perusahaan banyak dialami dalam suatu perusahaan, seperti perusahaan yang berkecimpung di dunia *e-commerce* atau jualbeli online di Bandarlampung. Kurangnya keterikatan karyawan terhadap perusahaan membuat perusahaan atau organisasi kesulitan untuk bekerja dengan baik dan mempertahankan sumber daya manusia terbaik yang perusahaan miliki.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kompensasi dan Kepercayaan terhadap Keterikatan Karyawan pada Perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan uji t. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kompensasi (X1) dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan karyawan (Y). Pengaruh kepercayaan terhadap keterikatan karyawan lebih besar daripada pengaruh kompensasi terhadap keterikatan karyawan. Manajer perusahaan *e-commerce* di kota Bandarlampung dapat memberikan kompensasi dan kepercayaan yang baik dan tepat kepada para karyawan serta karyawan harus terus meningkatkan keberanian untuk bertindak, berkreasi, mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, serta memiliki inovasi-inovasi demi kemajuan perusahaan.

Kata kunci: Kompensasi, Kepercayaan, dan Keterikatan Karyawan

² ✉Correspondence author: Keumala Hayati (keumala.hayati@feb.unila.ac.id)

ABSTRACT

A company will progress and succeed if it can have human resources who believe and feel attached to the company. In every company, employees have the right to receive what they need, such as compensation and trust. It must be given by the company considering that employees will work well and feel bound to the company where they work so that they give all their abilities. Problems regarding employees who feel attached to the company are often experienced in companies such as e-commerce companies in Bandar Lampung. The lack of employee attachment to the company makes it difficult for the company or organization to work well and maintain the best human resources that the company has.

This study aims to determine the effect of compensation and trust on employee engagement in e-commerce companies in Bandar Lampung. The method used to collect data in this study used a questionnaire with a Likert scale. The sample used in this study amounted to 100 respondents. The data collection method in this research is non-probability sampling with a purposive sampling technique. The analytical tools in this research are multiple linear regression analysis and t-test. The study's results indicate that compensation (X1) and trust have a positive and significant effect on employee engagement (Y). The effect of trust on employee engagement is greater than the effect of compensation on employee engagement. Managers of e-commerce companies in Bandar Lampung City can provide employees with excellent and appropriate compensation and trust. Employees must continue to increase the courage to act, be creative, identify and take advantage of opportunities, and innovate the company's progress.

Keywords: Compensation, Trust, and Employee Engagement

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman di era globalisasi ini, perusahaan ataupun organisasi membutuhkan keberadaan sumber daya manusia yang handal sehingga karyawan dituntut untuk memiliki produktivitas kerja yang tinggi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya manusia yang handal yang dimiliki perusahaan akan mampu mewujudkan potensi perusahaan semaksimal mungkin, namun seringkali dalam perusahaan ada karyawan yang tidak mengerahkan seluruh kemampuan yang dimiliki untuk mencapai tujuan perusahaan menurut (Bitha & Ardana, 2017)

Menurut Bakker et al. (2003) organisasi yang modern saat ini mengharapakan karyawannya untuk menjadi proaktif dan menunjukkan inisiatif, memiliki tanggung jawab untuk pengembangan profesional diri, serta harus berkomitmen untuk kualitas kinerja dengan standar yang tinggi. Oleh sebab itu, suatu organisasi tentunya membutuhkan karyawan yang energik dan berdedikasi pada pekerjaan mereka, yaitu dengan adanya rasa keterikatan yang baik dengan pekerjaannya.

Pada penelitian sebelumnya oleh Mann & Harter (2016) menyatakan bahwa hanya 13% karyawan yang melakukan pekerjaan dengan antusias (keterikatan karyawan). Mengukur tingkat keterikatan karyawan tidak cukup untuk organisasi karena ada kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat membantu manajer untuk mengatasi masalah ini (Mann & Harter, 2016). Oleh karena itu, konsep keterikatan karyawan

diperkenalkan pada hubungan organisasi karyawan, yang secara signifikan terkait dengan kebutuhan karyawan yang muncul akan peluang yang kondusif untuk belajar di organisasi (Vigoda-Gadot et al., 2013). Keterikatan karyawan adalah salah satu penentu utama yang mendorong tingkat kinerja karyawan yang tinggi (Mone & London, 2018)

Keterikatan karyawan berkaitan dengan tingkat komitmen dan keterlibatan karyawan terhadap organisasi dan nilai-nilainya. Pada saat seorang karyawan terlibat, dia menyadari tanggung jawabnya dalam tujuan bisnis dan memotivasi rekan-rekan, untuk keberhasilan tujuan organisasi. Sikap positif karyawan dengan tempat kerja dan sistem nilai terkait dengan hubungan emosional positif karyawan terhadap pekerjaan. (Badal & Harte, (2014) menemukan bahwa budaya kerja karyawan yang terlibat dapat menghasilkan kinerja keuangan kumulatif untuk organisasi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak memiliki tenaga kerja yang terlibat. Adanya suatu keterikatan karyawan di perusahaan *e-commerce* terlihat dari banyaknya perusahaan *e-commerce* yang melakukan berbagai pelatihan sebagai bentuk untuk pengembangan karyawan supaya tidak terjadi *employee disengagement* atau tidak adanya keterikatan karyawan yang menurunkan produktivitas perusahaan (Ahmad & Daud, 2016; Kompas & Sridevi, 2010)

Faktor pendorong utama perkembangan perusahaan yang baik adalah sumber daya manusia yang berkualitas untuk mendorong perusahaan lebih baik. Menurut (Bangun, 2012), kompensasi merupakan salah satu faktor penting dan menjadi perhatian pada banyak organisasi dalam mempertahankan dan menarik sumber daya manusia yang berkualitas. Menurut (Al Fajar, 2010) kompensasi adalah seluruh extrinsic rewards yang didapat karyawan dalam bentuk upah, insentif, dan beberapa tunjangan (*benefits*). Ardana (2014) mengatakan bahwa kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima karyawan sebagai imbalan atas kontribusinya kepada perusahaan atau organisasi.

Setelah penentuan kompensasi salah satu faktor penentu lainnya adalah kepercayaan yang baik terhadap manajer oleh karyawan dapat menunjang keterikatan karyawan dalam suatu perusahaan. Menurut (Lewis & Weigert, 1985) kepercayaan dalam suatu perusahaan mempunyai pengaruh penting sebagai karakteristik yang mampu memfasilitasi antar pihak.

Dalam sebuah konsep kepercayaan sebagai kesediaan dapat menimbulkan suatu kelebihan pada suatu perusahaan/organisasi (Mayer et al., 1995). Di mana, suatu perusahaan *e-commerce*, seorang karyawan berkontribusi secara signifikan dalam setiap pendelegasian tugas yang diberikan kepada mereka. Dalam suatu perusahaan, ditemukan bahwa manajer umum mengumpulkan kepercayaan yang lebih besar dari karyawan mereka dilakukan secara signifikan lebih baik secara berikut: kuartal dalam tingkat penjualan dan laba bersih, dan berpengalaman tingkat pergantian karyawan secara signifikan lebih rendah daripada perusahaan di mana manajer umum kurang dipercaya.

Menurut Kramer (1999) seorang karyawan yang mampu mempercayai perusahaan tempat dia bekerja dapat memercayai masa depannya bahkan jika karyawan lain tidak dapat memberikan dukungan yang cukup untuk evolusi kepercayaan interpersonal yang kuat. Jika karyawan dapat mempercayai perusahaan tanpa memiliki pengetahuan yang dipersonalisasi masing-masing pengambil keputusan dan aktor kunci, akan lebih efisien. Mayer et al. (1995) mengandaikan bahwa kepercayaan terdiri dari tiga faktor: kemampuan, kebajikan, dan integritas. Kepercayaan terhadap perusahaan dapat menjadi faktor pendorong yang sangat efektif menuju tahap-tahap kemajuan perusahaan.

Pada era saat ini, di mana semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan secara perorangan, mendorong munculnya ribuan perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* ini. Konsumen makin cerdas dalam memilih dan menggunakan jasa *e-commerce*/ toko online. Begitu banyak perusahaan *e-commerce* seperti Alibaba, Amazon, Shopee, dan lain-lain yang menyediakan layanan yang

sama sehingga masing-masing perusahaan berusaha menyediakan layanan terbaiknya. Agar dapat menjadi perusahaan jasa jual beli yang terpercaya dan tetap diminati oleh konsumen diperlukan sumber daya manusia handal dan pelayanan yang terbaik sesuai dengan harapan konsumen. Pelayanan dipandang sebagai bagian penting dari kinerja perusahaan dalam upaya mencapai tujuan perusahaan.

Perusahaan *e-commerce* merupakan perusahaan yang bertugas menyediakan aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media internet di manabanyak perusahaan *e-commerce* memilih media internet karena mudah dan praktis serta mampu menjangkau konsumen secara lebih luas. Hal itulah yang membuat Perusahaan *e-commerce* di Indonesia untuk terus berupaya meningkatkan pelayanan dan keterikatan karyawan terhadap perusahaan membuat perusahaan *e-commerce* tersebut memiliki karyawan yang mampu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen di Indonesia. Berikut daftar Perusahaan *e-Commerce* di Indonesia terdistribusi pada Tabel 1. Pada Tabel 1 jumlah perusahaan yang cukup banyak pada perusahaan *e-commerce* di Indonesia membuat persaingan antarperusahaan semakin kompetitif. Keterikatan/keterlibatan karyawan dalam setiap perkembangan perusahaan menjadi salah satu faktornya. Sejauh ini perusahaan *e-commerce* di Indonesia telah berupaya mengatasi kesulitan yang dikeluhkan oleh masyarakat dalam hal aktivitas jual beli lewat media internet dengan sebaik-baiknya. Terkhusus di Bandarlampung terdapat beberapa perusahaan *e-commerce* yang selama ini menjadi andalan bagi masyarakat yaitu Lazada dan Shopee.

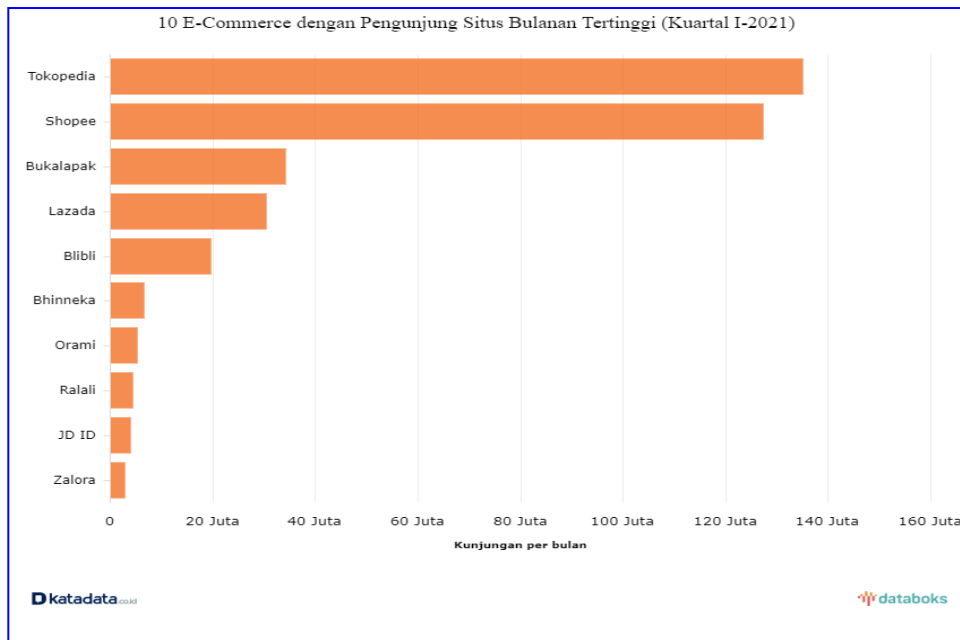
Tabel 1. Daftar Perusahaan E-Commerce di Indonesia Tahun 2019

No.	Nama Perusahaan	No.	Nama Perusahaan
1.	Shopee	11.	Zalora
2.	Tokopedia	12.	Matahari
3.	Bukalapak	13.	Alfacart
4.	Lazada	14.	Fabellio
5.	Blibli	15.	Jakarta Notebook
6.	Orami	16.	Elevenia
7.	Bhinneka	17.	Jakmall
8.	Ralali	18.	Laku6
9.	JD.ID	19.	iLotte
10.	Sociolla	20.	Ali Express

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/> (diakses tanggal 28 April 2021)

Kebutuhan perusahaan terhadap keterikatan/keterlibatan karyawan pada suatu perusahaan sangat dibutuhkan pada era saat ini. Perusahaan *e-commerce* di Indonesia semakin berkembang pesat dan sangat membantu aktivitas jual beli dari konsumen yang ada di Indonesia. Jumlah data pengunjung 10 *e-commerce* pada kuartal I-2021, Tokopedia dan Shopee menduduki peringkat teratas dalam jumlah pengunjung terbanyak di mana Tokopedia memiliki pengunjung sebanyak 135,1 juta pengunjung dan Shopee sebanyak 127,4 jutapengunjung (Gambar 1). Terkait dengan keterikatan karyawan, Badal & Harter (2014) menyatakan bahwa keterikatan karyawan akan memberikan kinerja karyawan kumulatif yang akan membawa perusahaan *e-commerce* tersebut kepada produktivitas baik secara banyaknya pengunjung atau pun banyaknya penjualan. Hal itu ditunjang dengan pemberian kompensasi yang baik kepada karyawan dan adanya kepercayaan terhadap

perusahaan/organisasi. Berdasarkan paparan pada latar belakang maka permasalahan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut. 1) Apakah pemberian kompensasi berpengaruh terhadap keterikatan karyawan pada perusahaan e-commerce di Bandarlampung? 2) Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keterikatan karyawan pada perusahaan e-commerce di Bandarlampung?.



Gambar 1. Daftar 10 E-Commerce dengan Pengunjung Situs Bulanan Tertinggi (Kuartal I-2021)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id> (diakses pada tanggal 19 Juni 2021)

KAJIAN LITERATUR

Kompensasi berpengaruh terhadap Keterikatan Karyawan

Menurut Heneman & Schwab (1985) kompensasi merupakan keinginan individu dalam mengembangkan sikap umum terhadap kompensasi yang mereka dapatkan serta sikap yang lebih spesifik terhadap masing-masing bagian komponen kompensasi mereka, termasuk (a) tingkat gaji (daya saing eksternal), (b) struktur gaji (konsistensi internal), (c) pembayaran individu (iuran karyawan), dan (d) dengan administrasi seluruh sistem pembayaran. Indikator kompensasi menurut Heneman & Schwab (1985) meliputi (1) *Pay level* adalah tingkat penggajian karyawan dengan pekerjaan yang sama atau jabatan yang sama di organisasi yang berbeda. (2) *Benefit* adalah semua manfaat finansial yang biasanya didapatkan oleh karyawan secara tidak langsung seperti asuransi kesehatan, program keamanan, program keselamatan, program pensiun, dan lain sebagainya. (3) *Raises* adalah perubahan gaji pada karyawan. Perubahan tersebut tentunya akan berbeda-beda pada setiap karyawan sesuai dengan jabatan dan tanggungjawab yang di berikan oleh perusahaan. (4) *Structure and administration* adalah struktur penggajian dan system pendistribusian pembayaran gaji karyawan di suatu perusahaan. Struktur gaji dibentuk dari tingkat pekerjaan, kelompok kerja yang berbeda-beda dengan mengacu padanilai-nilai internal yang dibentuk dari penilaian pekerjaan, sedangkan pendistribusian gaji tergantung kebijakan yang telah ditetapkan oleh masing-masing perusahaan.

Menurut Bakker et al. (2003) keterikatan karyawan didefinisikan "sebagai suatu hal yang positif, memuaskan, terkait pekerjaan" di mana keadaan pikiran yang ditandai dengan

semangat, dedikasi, dan penyerapan yang tinggi terhadap suatu pekerjaan. Untuk keterikatan karyawan, menurut Saks (2006) variabel tersebut memiliki indikator yaitu (1) *Job Engagement* (keterikatan kerja) merupakan sebuah motivasi dan pusat pikiran positif yang berhubungan dengan pekerjaan yang dicirikan dengan vigor, dedication dan absorption motivasi dan pusat pikiran positif yang dicirikan dengan vigor, dedication dan absorption. (2) *Organization Engagement* (keterikatan organisasi) mencakup kebanggaan atau kegembiraan karyawan menjadi bagian dari suatu organisasi. *Organizational engagement* mengarah ke keterlibatan terhadap organisasi.

Wamweru & Makokha (2018) mengatakan bahwa kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan karyawan. Sama halnya dengan penelitian terdahulu (Putri & Wardhana, 2020) Kompensasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Employee Engagement* pada karyawan yang artinya semakin tinggi Kompensasi maka menyebabkan peningkatan pula terhadap *Employee Engagement*. Thesiasari et al. (2019) mengatakan bahwa kompensasi yang sepadan dan sesuai dengan harapan karyawan, maka dapat membuat karyawan merasa terikat terhadap perusahaan, dimana dapat membuat karyawan untuk tidak berpikir akan berpindah tempat kerja karena kompensasi yang diberikan. Sehingga secara tidak langsung berdampak pada kinerja karyawan. Kompensasi yang sesuai akan membuat karyawan merasa terikat dengan perusahaan, karyawan yang terikat dengan perusahaan akan memberikan hasil kerja (kinerja) yang lebih baik. Sejalan dengan Anggraeni (2019) mengatakan bahwa kompensasi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap *employee engagement*. Hipotesis pertama penelitian ini sebagai berikut:

H1: Kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keterikatan Karyawan.

Kepercayaan berpengaruh terhadap Keterikatan Karyawan

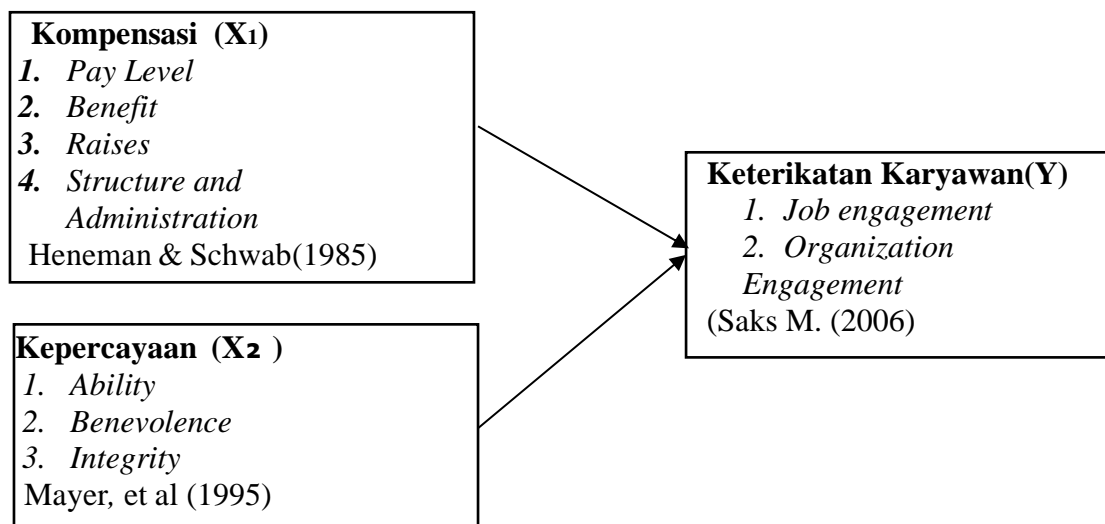
Menurut Mayer et al. (1995) Kepercayaan merupakan pihak untuk referensi tertentu yang menggunakan prinsip teori untuk mengikuti secara logis, seorang wali harus spesifik, dapat diidentifikasi, dan dianggap bertindak dengan kemauan yang mereka miliki dalam perusahaan/organisasi. Menurut Mayer et al. (1995) kepercayaan meliputi beberapa elemen seperti (1) *Ability* yaitu kemampuan adalah sekelompok keterampilan, kompetensi, dan karakteristik yang memungkinkan suatu pihak memiliki pengaruh dalam beberapa hal domain. Untuk anggota manajemen, ini termasuk keduanya pengaruh formal dan informal yang mereka rasakan dalam organisasi, serta kompetensi yang mereka rasakan dan keterampilan. (2) *Benevolence*. Kebajikan adalah sejauh mana wali amanat diyakini ingin berbuat baik kepada pemberi amanat, selain motif keuntungan egosentris. Jika seorang karyawan mempercayai seorang manajer peduli dengan kepentingan karyawan, manajer akan dianggap memiliki kebaikan bagi karyawan. (3) *Integrity*. Integritas didefinisikan sebagai persepsi wali amanat yang dipatuhi oleh wali amanat seperangkat prinsip yang dianggap dapat diterima oleh pemberi kepercayaan. Ini menggolongkan tidak hanya bahwa seorang manajer mendukung nilai-nilai yang karyawan melihat sebagai hal yang positif, tetapi juga bahwa manajer bertindak dalam cara yang konsisten dengan nilai-nilai yang dianut.

Menurut Bakker et al. (2003), keterikatan karyawan didefinisikan "sebagai suatu hal yang positif, memuaskan, terkait pekerjaan" di mana keadaan pikiran yang ditandai dengan semangat, dedikasi, dan penyerapan yang tinggi terhadap suatu pekerjaan. Untuk keterikatan karyawan, menurut (Saks, 2006) variabel tersebut memiliki indikator yaitu (1) *Job Engagement* (keterikatan kerja) merupakan sebuah motivasi dan pusat pikiran positif yang berhubungan dengan pekerjaan yang dicirikan dengan vigor, dedication dan absorption motivasi dan pusat pikiran positif yang dicirikan dengan vigor, dedication dan absorption.

(2) *Organization Engagement* (keterikatan organisasi) mencakup kebanggaan atau kegembiraan karyawan menjadi bagian dari suatu organisasi. *Organizational engagement* mengarah ke keterlibatan terhadap organisasi.

Penelitian terdahulu dari Putri & Wardhana (2020). Kompensasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Employee Engagement* pada karyawan yang artinya semakin tinggi Kompensasi maka akan menyebabkan peningkatan pula terhadap *Employee Engagement*. (Lienardo & Setiawan, 2017) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keterikatan karyawan (*employee engagement*). Yulianti (2016) mengatakan bahwa *trust* (kepercayaan) pada organisasi berpengaruh terhadap *employee engagement* (keterikatan karyawan). Hipotesis kedua penelitian ini sebagai berikut:
H2: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keterikatan Karyawan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji dua hubungan variabel, yaitu kompensasi (X1) dan kepercayaan (X2) sebagai variabel independen terhadap keterikatan karyawan (Y) sebagai variabel dependen. Berdasarkan penjelasan tersebut, kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Menurut Oei (2010) terdapat tiga jenis riset atau penelitian, yaitu: penelitian eksploratori, penelitian deskriptif, dan penelitian kausal. Penelitian ini termasuk ke dalam desain penelitian kausal yang membuktikan hubungan sebab-akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi. Pada penelitian ini populasi yang ditetapkan berasal dari seluruh karyawan Perusahaan *e-commerce* di Bandar Lampung. Teknik sampling yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu perusahaan *e-commerce* yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang dijadikan sebagai sampel penelitian yaitu: Perusahaan *E-Commerce* yang berada di Bandar Lampung. Perusahaan tersebut antara lain Lazada dan Shopee. Dalam penelitian ini mengacu pada Hair et al. (2010) banyaknya sampel sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan yang digunakan pada kuesioner, di mana ukuran sampel yang digunakan berkisar 100 responden. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam

penelitian menggunakan metode survei dengan Kuesioner, yaitu melakukan penyebaran berupa daftar pertanyaan yang diukur dan dikemas sedemikian rupa kepada responden.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Pengukuran variabel akan dipecah menjadi item kuesioner sebagai instrumen penelitian ini. Penggunaan kuesioner tertutup di mana responden akan memenuhi pertanyaan mengenai item indikator yang dikembangkan berdasarkan definisi variabel kompensasi (Heneman & Schwab, 1985), kepercayaan (Mayer et al., 1995), dan keterikatan karyawan (Saks, 2006).

Menurut Heneman & Schwab (1985) kompensasi merupakan keinginan individu dalam mengembangkan sikap umum terhadap kompensasi yang mereka dapatkan serta sikap yang lebih spesifik terhadap masing-masing bagian komponen kompensasi, termasuk (a) tingkat gaji (daya saing eksternal), (b) struktur gaji (konsistensi internal), (c) pembayaran individu (iuran karyawan), dan (d) dengan administrasi seluruh sistem pembayaran. Dalam penelitian ini menggunakan sumber kuesioner yang berasal dari Heneman & Schwab (1985) di mana elemen kompensasi meliputi (1) *Pay level*, (2) *Benefit*, (3) *Raises*, (4) *Structure and administration*.

Kepercayaan menurut Mayer et al. (1995) merupakan pihak untuk referensi tertentu yang menggunakan prinsip teori untuk mengikuti secara logis, seorang wali harus spesifik, dapat diidentifikasi, dan dianggap bertindak dengan kemauan yang mereka miliki dalam perusahaan/organisasi. Pada penelitian ini, kuesioner tentang variabel kepercayaan menggunakan sumber dari Mayer et al. (1995). Menurut Mayer et al. (1995) variabel kepercayaan meliputi beberapa elemen seperti (1) *Ability*, (2) *Benevolence*, (3) *Integrity*.

Menurut Bakker et al. (2003) keterikatan karyawan didefinisikan "sebagai suatu hal yang positif, memuaskan, terkait pekerjaan" di mana keadaan pikiran yang ditandai dengan semangat, dedikasi, dan penyerapan yang tinggi terhadap suatu pekerjaan. Untuk keterikatan karyawan, kuesioner yang dipakai bersumber dari Saks (2006) di mana variabel tersebut memiliki indikator atau elemen yang meliputi (1) *Job Engagement* (keterikatan kerja), (2) *Organization Engagement* (keterikatan organisasi).

Metode Analisis Data

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independen* yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi, 2004). Adapun persamaan model regresi berganda tersebut adalah (Suharyadi, 2004):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

Keterangan:

Y: nilai prediksi dari Y Keterikatan Karyawan

a: nilai bilangan konstan

b_1, b_2, \dots, b_k : koefisien variabel bebas

X_1, X_2 : variabel independen

X_1 : kompensasi

X_2 : kepercayaan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah karyawan di kota Bandar Lampung dengan jumlah responden sebanyak 100. Data atau kuesioner yang diolah sebanyak 100 responden dengan jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 100. Penelitian ini menggunakan responden yang berdomisili di Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung yang bekerja pada perusahaan *e-commerce* yaitu shopee dan lazada. Hasil dari penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden didapatkan dengan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, lama bekerja dan pendidikan terakhir. Berikut paparan hasil dari masing – masing karakteristik responden yang memenuhi kriteria peneliti.

Karakteristik Responden

Data berdasarkan jenis kelamin memperlihatkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih banyak Laki-laki dengan jumlah responden 69 persentase sebesar (69%), sedangkan untuk wanita didapat 31 responden dengan persentase sebesar (31%). Dengan demikian jumlah responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dalam penelitian ini. Berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia 20-25 tahun sebanyak 78 responden, responden dengan rentang usia 26-35 tahun sebanyak 22 responden, responden dengan rentang usia 36-40 tahun 0 responden, dan selanjutnya untuk responden dengan rentang usia > 40 tahun sebanyak 0 responden. Pada paparan diatas, maka dapat dijelaskan bahwa paling banyak responden berusia antara 20-25 tahun, hal tersebut dikarenakan usia tersebut merupakan usia rata-rata karyawan yang bekerja pada perusahaan *e-commerce* saat ini. Responden pada usia lain dapat dikatakan bahwa bukan usia yang produktif lagi dalam menangani suatu perusahaan yang bergerak dalam dunia *e-commerce* sebab di sini biasanya dunia digital sebagian besar dikuasai oleh mereka yang berusia 20-25 tahun.

Berdasarkan lama bekerja karyawan, terdapat 83 responden yang sudah lama bekerja pada perusahaan *e-commerce* selama 1-5 tahun. Sedangkan yang bekerja selama 6-10 tahun, yaitu sebanyak 16 responden. Selain itu ada 1 responden yang sudah bekerja di antara 11-15 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini sudah lama bekerja pada range waktu 1-5 tahun.

Berdasarkan pendidikan terakhir responden menunjukkan bahwa responden dengan jenjang pendidikan terakhir SMA sebanyak 20 responden, responden dengan jenjang pendidikan terakhir Akademik (Diploma) sebanyak 2 responden, disusul dengan responden yang jenjang pendidikan terakhirnya adalah Sarjana(S1) sebanyak 78 responden. Data ini menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhirnya adalah Sarjana (S1) atau sederajat mendominasi, hal ini dapat terjadi karena responden dengan karakteristik ini biasanya adalah mereka yang berstatus sebagai *fresh graduate* yang inovasi dan kreativitasnya dibutuhkan dalam suatu perusahaan *e-commerce*.

Pengujian Instrumen Penelitian Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas instrumen digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatukuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Nilai Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), *nilai anti-image correlation*, dan *factor loading* yang ditunjukkan pada Tabel 2. Indikator kompensasi (X1), kepercayaan (X2), dan keterikatan karyawan (Y) menunjukkan nilai >0.5 yang berarti bahwa semua indikator variabel Keterikatan Karyawan yang digunakan dalam penelitian adalah valid dan bisa diproses untuk langkah selanjutnya. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi variabel penelitian. Suatu kuesioner dikatakan

reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* untuk setiap instrument pada kompensasi (X1), kepercayaan (X2), dan keterikatan karyawan (Y) lebih besar dari 0,6 dan nilai Cronbach's alpha if deleted tidak melebihi nilai *Cronbach Alpha*, maka berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa instrumen dalam penelitian ini reliabel.

Tabel 2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kompensasi

Item	Reliabilitas	KMO <i>Measure Of Sampling Adequacy</i>	<i>Anti-image Correlation</i>	<i>Factor Loading</i>	Ket.
Kompensasi (X1)	0,975	0.894			
X1_1			0.931	0.597	Valid
X1_2			0.889	0.774	Valid
X1_3			0.929	0.824	Valid
X1_4			0.901	0.793	Valid
X1_5			0.895	0.794	Valid
X1_6			0.876	0.775	Valid
X1_7			0.932	0.762	Valid
X1_8			0.879	0.681	Valid
X1_9			0.865	0.765	Valid
X1_10			0.918	0.703	Valid
X1_11			0.926	0.692	Valid
X1_12			0.921	0.817	Valid
X1_13			0.901	0.784	Valid
X1_14			0.911	0.835	Valid
X1_15			0.863	0.709	Valid
X1_16			0.888	0.814	Valid
X1_17			0.842	0.882	Valid
X1_18			0.820	0.760	Valid

Tabel 2.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan

Item	Reliabilitas	KMO <i>Measure Of Sampling Adequacy</i>	<i>Anti-image Correlation</i>	<i>Factor Loading</i>	Ket.
Kepercayaan (X2)	0,968	0,929			
X2_1			0.876	0.762	Valid
X2_2			0.942	0.651	Valid
X2_3			0.889	0.795	Valid
X2_4			0.931	0.793	Valid
X2_5			0.932	0.741	Valid
X2_6			0.955	0.785	Valid
X2_7			0.978	0.735	Valid
X2_8			0.866	0.797	Valid
X2_9			0.962	0.699	Valid
X2_10			0.951	0.702	Valid
X2_11			0.935	0.669	Valid

Item	Reliabilitas	KMO		Ket.	
		<i>Measure Of Sampling Adequacy</i>	<i>Anti-image Correlation</i>		<i>Factor Loading</i>
X2_12			0.940	0.690	Valid
X2_13			0.956	0.695	Valid
X2_14			0.959	0.699	Valid
X2_15			0.888	0.749	Valid
X2_16			0.899	0.720	Valid
X2_17			0.920	0.798	Valid

Tabel 2.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keterikatan Karyawan

Item	Reliabilitas	KMO		Ket.	
		<i>Measure Of Sampling Adequacy</i>	<i>Anti-image Correlation</i>		<i>Factor Loading</i>
Keterikatan Karyawan (Y)	0.958	0.891			
Y_1			0.944	0.836	Valid
Y_2			0.854	0.793	Valid
Y_3			0.921	0.824	Valid
Y_4			0.980	0.672	Valid
Y_5			0.900	0.820	Valid
Y_6			0.898	0.735	Valid
Y_7			0.921	0.798	Valid
Y_8			0.801	0.735	Valid
Y_9			0.923	0.749	Valid
Y_10			0.871	0.798	Valid
Y_11			0.937	0.812	Valid
Y_12			0.908	0.667	Valid
Y_13			0.927	0.723	Valid
Y_14			0.857	0.711	Valid
Y_15			0.821	0.739	Valid
Y_16			0.761	0.633	Valid
Y_17			0.908	0.698	Valid
Y_18			0.767	0.506	Valid
Y_19			0.932	0.604	Valid
Y_20			0.917	0.755	Valid
Y_21			0.930	0.614	Valid
Y_22			0.859	0.649	Valid
Y_23			0.884	0.569	Valid

Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui suatu distribusi bernilai normal atau tidak. Dasar penentuan uji ini menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov yang menyatakan Sig. > 0.05 (data berdistribusi normal), jika < 0.05 (data berdistribusi tidak normal). Hasil Uji Normalitas memperlihatkan uji normalitas pada variabel Kompensasi (X1), Kepercayaan (X2) dan Keterikatan Karyawan (Y). Data di bawah menunjukkan bahwa

nilai signifikan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,083 yang berarti $>0,05$ dan menunjukkan bahwa data penelitian yang diperoleh dari responden berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		8,80303275
Most Extreme Differences	Absolute		,124
	Positive		,110
	Negative		-,124
Test Statistic			,124
Asymp. Sig. (2-tailed)			,001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,083 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,076
		Upper Bound	,090

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi memiliki tujuan untuk mengetahui hasil regresi antara variabel. Tabel 4 menunjukkan nilai kompensasi (X1) sebesar 0,370 dan kepercayaan (X2) sebesar 0,517.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,898	3,486		3,413	,001
	Kompensasi	,388	,081	,370	4,809	,000
	Kepercayaan	,628	,093	,517	6,729	,000

a. Dependent Variable: Keterikatan Karyawan

Sumber: data diolah

Dari hasil tersebut maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,898 + 0,388X_1 + 0,628X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keterikatan Karyawan
X1 = Kompensasi
b2 = Koefisien X2
X2 = Kepercayaan
α = Konstanta
b1 = Koefisien
X1e = error

Berdasarkan Tabel 4 pengujian hipotesis yang telah dilakukan melalui SPSS versi 26, ditemukan bahwa variabel kompensasi (X1) dan variabel kepercayaan (X2) memiliki

pengaruh positif serta berpengaruh secara parsial terhadap keterikatan karyawan (Y) Pada Perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung sehingga dapat diterima. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil uji t, hasil tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Hipotesis 1 memiliki nilai thitung $>$ ttabel dengan signifikansi $0.001 < 0.05$ yang artinya H_a diterima.
- b. Hipotesis 2 memiliki nilai thitung $>$ ttabel dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya H_a diterima.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kompensasi dan Kepercayaan terhadap Keterikatan Karyawan Pada Perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung. Hasil analisis menunjukkan bahwa kompensasi dan kepercayaan berpengaruh terhadap keterikatan karyawan. Pengaruh kepercayaan terhadap keterikatan karyawan lebih besar daripada pengaruh kompensasi terhadap keterikatan karyawan

Pengaruh Kompensasi terhadap Keterikatan Karyawan pada Perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kompensasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan karyawan pada Perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung. Dalam sebuah organisasi atau perusahaan, kompensasi dapat memberikan pengaruh yang baik kepada karyawan. Kompensasi menjadi bentuk apresiasi perusahaan kepada karyawan atas kinerja dalam bekerja. Lewat pemberian kompensasi yang tepat maka dapat meningkatkan kinerja dan kreativitas karyawan. Kompensasi yang diterima karyawan baik fisik maupun non fisik bisa mempengaruhi keterikatan karyawan dalam perusahaan, karyawan dapat merasa dihargai selama bekerja. Karyawan yang merasa dihargai selama bekerja maka kinerjanya akan semakin meningkat, hal tersebut baik untuk kemajuan kinerja sumber daya manusia yang ada dalam perusahaan. Heneman & Schwab (1985) menyampaikan bahwa kompensasi merupakan keinginan individu mengembangkan sikap umum terhadap kompensasi yang mereka dapatkan serta sikap yang lebih spesifik terhadap masing-masing bagian komponen kompensasi mereka, termasuk tingkat gaji (daya saing eksternal), struktur gaji (konsistensi internal), pembayaran individu (iuran karyawan), dan dengan administrasi seluruh sistem pembayaran. Berdasarkan pendapat tersebut kompensasi menjadi faktor penting dapat memberikan karyawan rasa nyaman dan penghargaan terhadap dirinya serta semangat dalam mengerjakan pekerjaannya. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya oleh Thesiasari et al. (2019) mengatakan bahwa kompensasi yang sepadan dan sesuai dengan harapan karyawan, maka dapat membuat karyawan merasa terikat terhadap perusahaan, dimana dapat membuat karyawan untuk tidak berpikir akan berpindah tempat kerja karena kompensasi yang diberikan.

Tanggapan responden dalam penelitian ini menjelaskan bahwa dari 18 item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 2,45 angka tersebut tergolong tinggi jika disesuaikan dengan ukuran dalam keusioner di mana angka tersebut menyatakan puas. Secara keseluruhan responden menilai bahwa adanya kompensasi yang tepat merupakan hal yang penting dalam menumbuhkan keterikatan seorang karyawan dalam suatu perusahaan. Kompensasi ini mengacu pada gaji dan tunjangan yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya. Dari tanggapan responden juga dapat dilihat bahwa para karyawan perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung menilai kompensasi merupakan hal yang penting dan strategis dalam suatu perusahaan atau organisasi. Sejalan dengan pernyataan Dessler et al. (2019) di mana kompensasi adalah segala sesuatu yang diterima

karyawan sebagai penghargaan atas pekerjaan mereka.

Berkaitan antara kompensasi dan keterikatan karyawan, tanggapan responden terhadap keterikatan karyawan menjelaskan bahwa dari 23 item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 2,41 angka tersebut tergolong tinggi jika disesuaikan dengan ukuran penilaian dalam kuesioner yang disebar. Secara keseluruhan responden menilai bahwa keterikatan karyawan pada suatu perusahaan dapat timbul dari berbagai faktor seperti kompensasi yang akan di dapat oleh parakaryawan pada perusahaan tempat mereka bekerja. Keterikatan karyawan pada perusahaan dapat timbul juga dari seberapa karyawan tersebut merasa percaya dengan kemampuan, kebajikan dan integritas yang dimiliki oleh perusahaan *e-commerce* dalam memperlakukan para karyawannya.

Selain itu dapat dilihat juga bahwa para karyawan pada perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung menilai keterikatan pada suatu perusahaan sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Berbagai cara yang dilakukan perusahaan dalam memberikan motivasi dan pemikiran yang positif kepada para karyawan menjadi pertimbangan para karyawan dalam menumbuhkan rasa keterikatan mereka kepada perusahaan tersebut. Sejalan dengan pernyataan Bakker et al. (2003) keterikatan kerja merupakan sebuah motivasi dan pusat pikiran positif yang berhubungan dengan pekerjaan yang dicirikan dengan vigor, dedication dan absorption.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Keterikatan Karyawan pada Perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keterikatan Karyawan Pada perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan memiliki kepercayaan yang baik pada perusahaan sehingga menghasilkan keterikatan atau hubungan yang baik juga di dalam perusahaannya. Kepercayaan dalam perusahaan penting karena kepercayaan bisa menciptakan kerja sama yang efektif di dalam suatu perusahaan. Saat karyawan percaya kepada perusahaannya maupun pada individu perusahaannya bisa membuat tinggi rasa keterikatannya pada perusahaan yang ditempati, sehingga kepercayaan dan keterikatan yang baik bisa mendukung jalannya roda perusahaan dan membuat perusahaan semakin maju berkembang. Mayer et al. (1995) menganggap kepercayaan merupakan pihak untuk referensi tertentu. Untuk prinsip teori mengikuti secara logis, seorang wali harus spesifik, dapat diidentifikasi, dandianggap bertindak dengan kemauan yang mereka miliki dalam perusahaan/organisasi. Jika manajemen puncak dalam perusahaan mencakup sekumpulan orang yang dapat diidentifikasi yang tindakan memiliki dampak signifikan pada karyawan perusahaan, itu masuk akal untuk mempertimbangkan tingkat kepercayaan yang karyawan miliki untuk tim manajemen puncak. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya oleh Thesiasari et al. (2019) mengatakan bahwa kepercayaan terhadap pemimpin berpengaruh pada keterikatan kerja karyawan.

Tanggapan reponden dalam penelitian ini menjelaskan bahwa dari 18 item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 2,48 angka tersebut tergolong tinggi jikadiukur sesuai ukuran penilaian dalam kuesioner. Secara keseluruhan responden menilai bahwa adanya suatu kepercayaan yang terjadi dalam perusahaan merupakan hal yang penting dalam kesediaan para karyawan untuk menyediakan diri dan mengambil resiko dalam menumbuhkan rasa terikat pada suatu perusahaan tempat mereka bekerja. Kepercayaan ini mengacu pada kemampuan, kebajikan dan integritas yang diberikan oleh perusahaan dalam pimpinan kepada parakaryawannya.

Lalu dapat dilihat bahwa para karyawan perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung menilai kepercayaan merupakan hal penting dalam menumbuhkan keterikatan mereka dalam

suatu perusahaan. Berbagai kemampuan, kebajikan dan integritas yang ditawarkan perusahaan menjadi pertimbangan dan kesediaan para karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan dan pengambilan resiko terhadap perusahaan tersebut. Sejalan dengan pernyataan Boss (1978) menyiratkan bahwa ada sesuatu yang penting di mana kepercayaan itu tidak mengambil risiko dalam setiap tindakannya, melainkan kesediaan untuk mengambil risiko.

Berkaitan antara kepercayaan dan keterikatan karyawan, tanggapan responden dalam pertanyaan mengenai keterikatan karyawan menjelaskan bahwa dari 23 item pernyataan yang digunakan secara rata-rata memiliki skor 2,41 angka tersebut tergolong tinggi jika disesuaikan dengan ukuran penilaian dalam kuesioner yang disebarkan. Secara keseluruhan responden menilai bahwa keterikatan karyawan pada suatu perusahaan dapat timbul dari berbagai faktor seperti kompensasi yang akan di dapat oleh parakaryawan pada perusahaan tempat mereka bekerja. Keterikatan karyawan pada perusahaan dapat timbul juga dari seberapa karyawan tersebut merasa percaya dengan kemampuan, kebajikan dan integritas yang dimiliki oleh perusahaan *e-commerce* dalam memperlakukan para karyawannya.

Dapat dilihat bahwa para karyawan pada perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung menilai keterikatan pada suatu perusahaan sangat penting untuk keberlangsungan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Berbagai cara yang dilakukan perusahaan dalam memberikan motivasi dan pemikiran yang positif kepada para karyawan menjadi pertimbangan para karyawan dalam menumbuhkan rasa keterikatan mereka kepada perusahaan tersebut. Sejalan dengan pernyataan Bakker et al. (2003) keterikatan kerja merupakan sebuah motivasi dan pusat pikiran positif yang berhubungan dengan pekerjaan yang dicirikan dengan vigor, dedication dan absorption.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Kompensasi dan Kepercayaan terhadap Keterikatan Karyawan pada Perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kompensasi terhadap Keterikatan Karyawan pada Perusahaan *e-commerce* di kota Bandarlampung, yang berarti mendukung Hipotesis 1 (H1) yang menyatakan kompensasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterikatan karyawan. Selain itu, terdapat juga pengaruh Kepercayaan terhadap Keterikatan Karyawan pada Perusahaan *e-commerce* di Bandarlampung, yang berarti mendukung Hipotesis 2 (H2) yang menyatakan persepsi pencari kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keterikatan Karyawan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mencoba memberikan saran dan masukan yang berguna dan dapat menjadikan pertimbangan bagi kemajuan perusahaan dimasa yang akan datang serta untuk penelitian selanjutnya. Bagi manajer perusahaan *e-commerce* di kota Bandarlampung diharapkan untuk dapat memberikan kompensasi dan kepercayaan yang baik dan tepat agar para karyawan dapat memberikan pekerjaan yang terbaik bagi perusahaan, memberikan rasa nyaman para karyawan terhadap pekerjaan mereka, menimbulkan rasa percaya bahwa perusahaan mampu membuat para karyawan berkembang, dan mampu mengeluarkan ide-ide atau pun gagasan yang mengarah pada kemajuan perusahaan. Hal-hal tersebut dapat berpengaruh terhadap kreatifitas karyawan dalam bekerja yang juga dapat berpengaruh terhadap dalam kinerja mereka. Sebaiknya pemimpin perusahaan lebih meningkatkan kualifikasi yang baik terutama kepada karyawan, karena di lihat dari tanggapan responden di dalam penelitian ini manajemen puncak memiliki skor terendah dalam kualifikasi.

Bagi karyawan yang bekerja di perusahaan *e-commerce* di kota Bandarlampung harus terus meningkatkan keberanian untuk bertindak, berkreasi, mengidentifikasi dan

memanfaatkan peluang, serta memiliki inovasi-inovasi demi kemajuan perusahaan. Dengan semakin banyaknya karyawan yang melakukan hal tersebut, maka dapat membawa perubahan dalam organisasi/perusahaan yang akan bermuara pada terciptanya situasi baru yang semakin baik, dan meningkatkan gairah dan kenyamanan kerja serta kreatifitas karyawan di dalam pekerjaannya. Kepercayaan karyawan dan kompensasi yang diberikan perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keterlibatan karyawan dalam perusahaan, dengan demikian perusahaan harus bisa lebih meningkatkan kepercayaan dari karyawan maupun meningkatkan kompensasi yang diberikan pada karyawan atas bentuk apresiasi. Selain itu, karyawan juga dapat termotivasi dalam meningkatkan tujuan dalam bekerja terutama tujuan yang baik dalam meningkatkan kinerja di perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. A., & Daud, S. (2016). Engaging People with Employer Branding. *Procedia Economics and Finance*, 35(October 2015), 690–698. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)00086-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)00086-1)
- Al Fajar, H. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia Sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Anggraeni, R. (2019). Enhancing the Revisit Intention of Nature-Based Tourism in Indonesia: The Role of Memorable Tourism Experience and Satisfaction. *Management and Business Research Quarterly*, 11(11), 9–19. <https://doi.org/10.32038/mbrq.2019.11.02>
- Ardana, I. K. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu.
- Badal, S., & Harter, J. K. (2014). Gender Diversity, Business-Unit Engagement, and Performance. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 21(4), 354–365. <https://doi.org/10.1177/1548051813504460>
- Bakker, A., Demerouti, E., & Schaufeli, W. (2003). Dual processes at work in a call centre: An application of the job demands – resources model. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 12(4), 393–417. <https://doi.org/10.1080/13594320344000165>
- Bangun, W. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga.
- Bitha, S., & Ardana, I. K. (2017). Pengaruh Keterikatan Kerja, Persepsi Dukungan Organisasional dan Komitmen Organisasional terhadap Turnover Intention Karyawan Muji Motor. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 919–947.
- Boss. (1978). *Trust and Managerial Problem Solving Revisited*.
- Dessler, G., Gannon, G. L., & Chhinzer, N. (2019). *Management of Human Resources : The Essentials*. 1–385.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Black, B., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Heneman, H. G., & Schwab, D. P. (1985). Pay Satisfaction: Its Multidimensional Nature and Measurement. *International Journal of Psychology*, 20(1), 129–141. <https://doi.org/10.1080/00207598508247727>
- Kompaso, S. M., & Sridevi, M. S. (2010). Employee Engagement: The Key To Improving Performances. *International Journal of Business and Management*, 12(5), 10.5539/ijbm.v5n12p89.
- Kramer. (1999). *Trust and distrust in organizations: Emerging perspectives, enduring questions*.
- Lewis, J. D., & Weigert, A. (1985). Trust as a social reality. *Social Forces*, 63(4), 967–985. <https://doi.org/10.1093/sf/63.4.967>
- Lienardo, S., & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Organizational Trust dan Job Satisfaction

- terhadap Employee Engagement pada Karyawan PT Bangun Wisma Sejahtera. *Agora*, 5(1), 29–38.
- Mann, A., & Harter, J. (2016). The worldwide employee engagement crissi. *Gallup Management Journal Online*, 1–4.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080335>
- Mone, E. M., & London, M. (2018). *Employee Engagement Through Effective Performance Management: A Practical Guide for Managers*. Routledge.
- Oei. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia: Cara Praktis Mengukur Stres, Kepuasan Kerja, Komitmen, Loyalitas, Motivasi Kerja dan Aspek-aspek Kerja Karyawan Lainnya*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Putri, L. M., & Wardhana, A. (2020). *the Effect of Compensation on Employee Engagement At Pt Pln (Persero) Main Distribution Unit West Java Employees Pengaruh Kompensasi Terhadap Employee Engagement Pada Karyawan Pt Pln (Persero) Unit Induk Distribusi Jawa Barat*. 7(2), 6506–6513.
- Saks, A. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21(7), 600–619.
- Suharyadi, P. (2004). *Statistika: untuk ekonomi & keuangan modern*. Salemba Empat.
- Thesiasari, F. D. R., Prasetyo, I., & Riswati, F. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Employee Engagement Pada CV. Perjuangan Steel Surabaya. *Jurnal Menejerial Bisnis*, 2(3), 243–252.
- Vigoda-Gadot, E., Eldor, L., & Schohat, L. M. (2013). Engage Them to Public Service: Conceptualization and Empirical Examination of Employee Engagement in Public Administration. *American Review of Public Administration*, 43(5), 518–538. <https://doi.org/10.1177/0275074012450943>
- Wamweru, T. J., & Makokha, S. (2018). Relationship Between Total Reward Management Systems and Employee Engagement: a Case Study of Bamburi Cement Limited, Kenya. *Journal of Human Resource and Leadership*, 3(3), 29–51.
- Yulianti, P. (2016). Procedural Justice, Organizational Trust, Organizational Identification dan Pengaruhnya pada Employee Engagement. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 9(3), 210–225. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v9i3.3076>