

PENGARUH PROMOSI TERHADAP EFEKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA PT. KARYA NIAGA DI BANDAR LAMPUNG

Nuzleha

Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai
nuzlehahadjar1970@gmail.com

Abstrak.

Objek penelitian ini adalah PT. Karya Niaga di Bandar Lampung merupakan perusahaan perdagangan lampu philips, dihadapkan pada masalah persaingan dalam pemasarannya dengan usaha sejenisnya. Oleh karena itu harus mendapatkan perhatian dan diberikan informasi atau promosi mengenai perkembangan produk harga maupun mutu dan pelayanannya, sehingga diharapkan efektivitas kerja karyawan yang tinggi dalam penjualan menjadi stabil bahkan meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung. Pengambilan sampel menggunakan teknik sampel deret waktu ($n = 10$). Hasil pengujian menggunakan rumus t student, menunjukkan bahwa $t_{hitung} 19,85 > t_{tabel} 2,828$. Dengan demikian, hasil analisis diperoleh persamaan bahwa : $Y = -50,51 + 22,37 X$, berarti $r = +1$ atau mendekati $+1$, mengartikan bahwa, apabila anggaran promosi dinaikan atau dikurangi 1% , maka nilai efektivitas kerja karyawan akan bertambah atau berkurang sebesar $22,37\%$ sedangkan bila anggaran promosi tetap, maka nilai efektivitas kerja karyawan akan berkurang sebesar Rp. 50.510.000,-. Sehingga terbukti ada pengaruh promosi yang positif terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung.

Kata kunci : promosi, efektivitas kerja karyawan

Abstract.

Object this study are pt.Trade work in bandar lampung was a firm philips light, trade are at issue competition in marketing with effort the like.Hence should get attention and is given information or promotion on the price or quality of products and service, effectiveness employees to work high in selling to remain stable as increase.The purpose of this study is to find promotion work influence on the effectiveness of an employee at pt.Trade work in bandar lampung.The sample sample the time using a technique ($n = 10$). The results of the testing using formulas t , student shows that t count $19,85 > t; 2,828$. The results of the analysis of that: he obtained $= -50,51 + x 22,37$, means $r = 1 + 1 +$ or approaching, implying that, when promotion or reduced budget dinaikan 1% , effectiveness so the work of an employee will up or down $22,37\%$, While still, anggran if promotion the value would work to reduce the effectiveness of employee. rp. 50.510.000, . -And its proven promotion positive influence on the effectiveness of work in PT. employees The work of trade in Bandar Lampung.

Key words : promotion the effectiveness of employees work

PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan suatu kegiatan mempengaruhi konsumen untuk bersedia membeli, menggunakan barang atau jasa suatu perusahaan pada saat mereka membutuhkan, kebijaksananya

harus diperhitungkan mengenai kemampuan sumber daya manusia, promosi dan biaya produksi secara terperinci, lengkap, akurat dan tepat.

Kondisi pasar yang kompleks dan banyak terdapat perusahaan bergerak dalam bidang yang sama, maka akan dapat

menimbulkan persaingan, sehingga sulit untuk meningkatkan penjualan sesuai dengan rencana target ditetapkan, dilain pihak, konsumen juga menjadi lebih selektif untuk memilih produk yang dianggapnya dapat memberikan kepuasan diantara beberapa alternatif pilihan.

Upaya mengantisipasi dan mengatasi kendala tersebut diatas, diperlukan pengelolaan dan pengkoordinasian mencakup perencanaan produk disesuaikan kebutuhan konsumen, pengembangan produk, penetapan harga, pendistribusian dan promosi yang baik, keempat unsur kegiatan itu saling berhubungan disebut dengan bauran pemasaran. Sebagai dasar pertimbangan selanjutnya, agar kegiatan-kegiatan perusahaan dapat mengarah pada tujuan perlu diadakan evaluasi.

Perusahaan yang berorientasi memenuhi keinginan konsumen, harus menentukan kebutuhan pokok dari pembeli untuk dilayani, memilih sasaran dalam penjualan, menentukan produk dan program pemasaran, menitik beratkan pada mutu tinggi, harga murah atau desain menarik. Pengertian tersebut memberikan suatu gambaran penting, memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran.

Pada era globalisasi penggunaan teknologi sudah merupakan bagian penting dari kegiatan ekonomi modern terkait dengan dunia pemasaran, konsumen mencari informasi terlebih dahulu beberapa alternatif pilihan sebelum membeli suatu produk atau jasa yang diinginkannya berupa, merk, harga maupun mutu dan pelayanannya.

PT. Karya Niaga di Bandar Lampung bergerak di bidang perdagangan lampu merk philips dengan jenis, antara lain ; Superlux, Luxram, Elektolux, Elektrik LED. Sumber pendapatan perusahaan ini adalah laba dari kegiatan penjualan, oleh karena itu diperlukan upaya untuk dapat membujuk secara aktif

para konsumen, agar tertarik untuk segera memenuhi dan menyelesaikannya dengan cara membeli. Dalam menjalankan usaha perdagangan sangat ditentukan oleh para karyawan yang terkoordinasi dari sub sistem saling berkaitan dan saling ketergantungan, kerjasama atas dasar pembagian kerja tugas dan wewenang untuk kepentingan mencapai tujuan.

LANDASAN TEORI

Menurut Swastha Basu DH, (2014 : 172) promosi penjualan adalah kegiatan pemasaran, menggunakan alat-alat, seperti ; peragaan, pameran, demokrasi dan sebagainya, selain personal selling, periklanan dan publisitas untuk mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang.

Promosi (*promotion*) berperan penting bagi setiap pegawai. Dengan demikian, promosi seharusnya akan memberikan status sosial (*social status*), wewenang (*authority*), tanggung jawab (*responsibility*), serta penghasilan (*outcomes*) yang semakin besar bagi pegawai. Secara teoritis, apabila setiap pegawai memiliki akses atas promosi berdasarkan asas keadilan dan objektivitas, pegawai akan terdorong untuk lebih giat bekerja, bersemangat, berdisiplin dan berprestasi kerja.

Menurut Philips Kotler (2012 : 158) bentuk promosi ada 5 (lima) macam, yaitu :

1. Periklanan (*Advertising*)
Periklanan adalah bentuk promosi dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
2. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)
Penyajian atau presentasi pribadi oleh tenaga penjual perusahaan dengan tujuan menjual dan membina hubungan dengan pelanggan.

3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk dan jasa. Menggunakan berbagai jenis peralatan bersifat unik, seperti ; kupon, perlombaan, pemotongan harga, hadiah dan lain-lain.

4. Publishing (*Publicity*)

Upaya perusahaan untuk mendukung, membina citra yang baik, dan menangani atau menangkal isu, cerita dan peristiwa yang dapat merugikan melalui pembinaan hubungan dengan masyarakat (*public relations*)”.

5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Organisasi berkomunikasi secara langsung dengan target customer untuk menghasilkan respons atau transaksi bisa berupa, pembelian atau dukungan.

Hal ini menegaskan pentingnya promosi penjualan, merupakan metode penyampaian informasi yang tepat dan pesan persuasif kepada calon pembeli. Oleh sebab itu promosi merupakan salah satu kiat yang efektif, bagi perusahaan dalam usaha untuk memasarkan dan memperkenalkan hasil produk. Jika, tugas ini tidak dilaksanakan secara efektif, maka seluruh program pemasaran akan gagal.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, (2015 : 61) efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil. Efektivitas diartikan sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu usaha sesuai dengan tujuan hendak dicapai.

Efektivitas berasal dari kata efektif yaitu suatu pekerjaan dikatakan efektif jika dapat menghasilkan atau mencapai sasaran dan diselesaikan tepat pada waktunya sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.(Murti, 2013) Efektivitas merupakan suatu keadaan yang

menunjukkan keberhasilan kerja yang ditetapkan.

Efektivitas kerja adalah penyelesaian pekerjaan tepat pada waktu yang telah ditentukan, artinya pelaksanaan suatu tugas ditandai baik atau tidak, sangat tergantung pada penyelesaian tugas tersebut bagaimana cara melaksanakannya, dan berapa biaya yang dikeluarkan untuk itu. (Siti Maysita, 2016:236). Dari pengertian menurut para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa efektivitas kerja adalah suatu penyelesaian pekerjaan yang mencapai sasaran atau tepat pada waktunya.

Menurut Schemerhon John, (2014 : 35) “Efektivitas adalah pencapaian target output yang diukur dengan cara membandingkan output anggaran atau seharusnya (OA) dengan output realisasi atau sesungguhnya (OS), jika $(OS) > (OA)$ disebut efektif”.

Efektivitas kerja berhubungan dengan pemanfaatan sumber daya manusia, baik individu dan kelompok, sarana dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi. Oleh sebab itu hampir setiap organisasi selalu berusaha semaksimal mungkin mengupayakan dan memelihara karyawan, agar dapat melaksanakan fungsi dan tugas pokoknya dengan efektivitas kerja yang tinggi.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas kerja adalah sebagai berikut :

- a. Faktor Lingkungan kerja dilakukan meliputi :
 - Suasana kerja.
 - Lingkungan tempat kerja.
 - Fasilitas kerja.
 - Perlengkapan kerja.
 - Kerja sama dalam kelompok.
- b. Faktor manusia sebagai pelaksana kerja meliputi :
 - Keinginan bekerja.
 - Kedisiplinan bekerja.
 - Kemampuan bekerja.
 - Kemahiran bekerja.

(John Soeprihanto, 2012 : 19).

Indikator Efektivitas Kerja :

1. Mengerjakan hal-hal yang benar dan seharusnya, diselesaikan sesuai dengan rencana dan aturannya.
2. Mencapai tingkat di atas pesaing, dimana mampu menjadi yang terbaik.
3. Membawa hasil, dimana apa yang telah dikerjakan mampu memberi hasil yang bermanfaat.
4. Menangani tantangan masa depan, pencapaian keberhasilan tujuan. (Schemerhon John, 2012 : 37).

Faktor-Faktor dan Indikator Efektivitas Kerja

Menurut M. Steers, (2011 : 190) Faktor-faktor yang dapat mengukur efektivitas kerja dalam organisasi, yaitu :

- a. Karakteristik Organisasi.
- b. Karakteristik Lingkungan.
- c. Karakteristik Pekerja.
- d. Karakteristik Kebijaksanaan dan Praktek Manajemen.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi efektivitas kerja adalah sebagai berikut :

1. Faktor Lingkungan kerja dilakukan meliputi :
 - Suasana kerja.
 - Lingkungan tempat kerja.
 - Fasilitas kerja.
 - Perlengkapan kerja.
 - Kerja sama dalam kelompok.
2. Faktor manusia sebagai pelaksana kerja meliputi :
 - Keinginan bekerja.
 - Kedisiplinan bekerja.
 - Kemampuan bekerja.
 - Kemahiran bekerja.

(John Soeprihanto, 2012 : 19).

Indikator – indikator yang dapat mengukur efektivitas, yaitu :

1. Produktifitas

Produktifitas dimaksudkan adalah kemampuan atau kesanggupan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya. Penyelesaian tugas / pekerjaan tepat pada waktunya, sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Disamping itu diukur juga kesanggupan untuk mengatasi berbagai macam permasalahan / hambatan yang dihadapi.

2. Fleksibilitas

Kemampuan para karyawan untuk menyesuaikan dan menjabarkan ketentuan atau peraturan yang ada dan mampu mengikuti perubahan-perubahan, terutama dengan dikeluarkannya ketentuan-ketentuan baru.

3. Tidak ada tekanan dalam organisasi
Tidak terdapatnya tekanan-tekanan dalam organisasi. Dalam hal ini adalah keharmonisan hubungan dan lancarnya komunikasi antara karyawan maupun dengan atasan (Richard dan M.Steers, 2011 : 152).

Menurut Schemerhon John, (2012 : 37) indikator efektivitas kerja :

1. Mengerjakan hal-hal yang benar dan seharusnya, diselesaikan sesuai dengan rencana dan aturannya.
2. Mencapai tingkat di atas pesaing, dimana mampu menjadi yang terbaik.
3. Membawa hasil, dimana apa yang telah dikerjakan mampu memberi hasil yang bermanfaat.
4. Menangani tantangan masa depan, pencapaian keberhasilan tujuan.

METODOLOGI PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah ;

- a. Analisis kualitatif
- b. Analisis kuantitatif

Analisis Kualitatif

Dalam analisis dari data perolehan ini, penulis menggunakan pendekatan teori marketing bauran pemasaran dan manajemen sumber daya manusia mengenai promosi dan efektivitas kerja karyawan, hasilnya berupa keterangan dan penjelasan pokok permasalahan.

Analisis Kuantitatif

Data primer diperoleh dari penyebaran angket pertanyaan (kuesioner) mengenai promosi dan efektivitas kerja karyawan kepada responden, dianalisis secara kuantitatif menggunakan analisis regresi linier sederhana, yaitu :

$$Y = a + bX$$

Keterangan

Y = Efektivitas kerja

a = Konstanta

b = Koefisien regresi sederhana

X = Anggaran Promosi

Dengan asumsi :

1. Harga dianggap tetap
2. Selera dianggap tetap
3. Teknologi

Sedangkan untuk melihat besarnya hubungan antara promosi dengan efektivitas kerja karyawan dilihat dari hasil penjualan digunakan fungsi korelasi, sebagai berikut :

$$a = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

- a. $r = 0$ atau mendekati 0, maka korelasi x dan y lemah (tidak ada pengaruh promosi terhadap efektivitas kerja karyawan)

- b. $r = +1$ atau mendekati +1, maka (ada pengaruh positif, promosi terhadap efektivitas kerja karyawan)
- c. $r = -1$ atau mendekati -1, maka (ada pengaruh kuat dan negatif promosi terhadap efektivitas kerja karyawan)

Sedangkan untuk melihat kadar persentase pengaruh promosi terhadap efektivitas kerja karyawan dilihat dari hasil penjualan produk lampu philips digunakan rumus ;

$$KD = (r)^2 \times 100 \%$$

Untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu dicari nilai t student

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

Membandingkan nilai t student dengan nilai t tabel pada taraf signifikan 95%. Ketentuan yang dipakai adalah :

- a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ pada taraf signifikan 95% maka H_0 ditolak, H_a diterima.
Berarti ada pengaruh promosi terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung.
- b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada taraf signifikan 95%, maka H_0 ditolak, H_a diterima.
Berarti tidak ada pengaruh promosi terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung.

PEMBAHASAN

Secara global anggaran promosi yang telah dikeluarkan oleh perusahaan selama 5 (lima) tahun sebagai berikut :

Tabel 1. Anggaran Promosi Lampu Philips PT. Karya Niaga di Bandar Lampung, Tahun 2014-2018 (jutaan rupiah).

Periode	2014	2015	2016	2017	2018
Semester I	15,4	18,5	2,2	6,6	29,1
Semester II	16,9	20,3	24,4	27,1	29,6
Total	32,3	38,8	46,6	53,7	58,7

Sumber : PT. Karya Niaga di Bandar Lampung, Tahun 2019

PT. Karya Niaga di Bandar Lampung selalu berusaha semaksimal mungkin, agar dalam melaksanakan tugas dan pokok memasarkan produk lampu merk philips kepada konsumen terlaksana dengan efektivitas yang baik. Salah satu faktor yang mempengaruhi efektivitas kerja tersebut adalah manusia sebagai pelaksana tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu usaha sesuai dengan tujuan hendak dicapai.

Berikut ini gambaran hasil penjualan produk lampu philips yang dilaksanakan oleh PT. Karya Niaga di Bandar Lampung selama 5 (lima) tahun sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil penjualan lampu philips PT. Karya Niaga di Bandar Lampung, Tahun 2014-2018 (dalam jutaan rupiah).

Periode	2014	2015	2016	2017	2018
Semester I	300,5	360,6	432,5	520,0	600,0
Semester II	330,6	410,1	490,5	570,0	625,2
Total	631,1	770,7	923,0	1.090,0	1.225,2

Sumber : PT. Karya Niaga di Bandar Lampung, Tahun 2019

Analisis Kuantitatif

Dalam hal ini penulis menganalisis berdasarkan data perolehan selama 5 tahun mengenai anggaran promosi sebagai variabel (x) terhadap efektivitas kerja karyawan (Y) dalam memasarkan produk lampu philips, dilihat dari hasil penjualan.

Untuk menganalisis data tersebut dibagi dalam 3 (tiga) bagian, yaitu :

1. Analisis Regresi

Untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari variabel x terhadap variabel y, maka digunakan rumus regresi linier sederhana, yaitu :

$Y = \text{Efektivitas kerja Karyawan (hasil penjualan)}$

$a = \text{Konstanta}$

$b = \text{Koefisiensi regresi}$

$X = \text{Anggaran promosi}$

Selanjutnya data dari masing-masing variabel direkapitulasikan ke dalam tabel 6 menggunakan metode *least square* sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil perhitungan regresi linier sederhana dengan metode least square (dalam jutaan rupiah).

X	Y	XY	X ²	Y ²
15,4	300,0	4.627,70	37,16	90.300,25
16,9	330,6	5.587,14	285,61	109.296,36
18,5	360,6	6.671,10	342,25	130.032,36
20,3	410,1	8.325,03	412,09	168.182,01
22,2	432,5	9.610,50	492,84	187.056,25
24,4	490,5	11.968,20	595,36	140.590,25
26,6	520,0	13.832,00	707,56	270.400,00
27,1	570,0	15.447,00	734,41	324.900,00
29,1	600,0	17.460,00	846,81	360.000,00
29,5	625,2	18.443,40	870,25	390.875,04
230,0	4.640,0	111.963,07	524,34	2.271.632,52

Sumber : Hasil penelitian, Tahun 2019

$$(\Sigma X)^2 = 52900$$

$$(\Sigma Y)^2 = 21529600$$

$$n \cdot \Sigma XY - \Sigma X \cdot \Sigma Y$$

$$a = \frac{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}{n}$$

$$a = \frac{10(111963,07) - (230)(4640)}{10(5524,34) - 52900}$$

$$a = \frac{1119630,7 - 1067200}{55243,4 - 52900}$$

$$a = \frac{52430,7}{2343,4}$$

$$a = 22,3$$

$$b = \frac{\Sigma Y - b \cdot \Sigma X}{n}$$

$$b = \frac{4460 - (22,37)(230)}{10}$$

$$b = \frac{4460 - 5145,1}{10}$$

$$b = \frac{-505,51}{10}$$

$$b = -50,551$$

Selanjutnya hasil perhitungan tersebut di atas, diperoleh persamaan

$$Y = -50,551 + 22,37$$

Berarti, $r = + 1$ atau mendekati $+ 1$, mengartikan bahwa bila anggaran promosi dinaikan atau dikurangi sebesar 1%, maka nilai efektivitas kerja karyawan akan bertambah atau berkurang 22,37%, sedangkan bila anggaran promosi tetap, maka nilai efektivitas kerja karyawan akan berkurang sebesar Rp. 50.551.000,-. Dengan demikian ada pengaruh promosi yang positif, terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung.

$$r_{xy} = \frac{\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)^2}{\sqrt{n(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2} \cdot \sqrt{n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2}}$$

$$r_{xy} = \frac{1119630,7 - 1067200}{\sqrt{2342,4} \cdot \sqrt{1186725,2}}$$

$$r_{xy} = \frac{52430,7}{(48,40)(1089,36)}$$

$$r_{xy} = \frac{52430,7}{52725,0}$$

$$r_{xy} = 0,99$$

Berarti bahwa promosi berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja karyawan dalam melakukan penjualan, bila anggaran promosi naik, maka efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung juga naik, jika dilihat dari hasil penjualan.

2. Koefisien Determinasi

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

$$= (0,99)^2 \times 100 \%$$

$$= 0,9801 \times 100 \%$$

$$= 98,01$$

Berarti bahwa efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung dipengaruhi promosi sebesar 98,01% dan sisanya 1,99% oleh faktor lainnya.

3. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji kebenaran dari hipotesis, maka dalam hal ini penulis menggunakan t student dengan derajat kebenaran sebesar $n - 2$ pada tingkat kepercayaan sebesar 95%, dengan ketentuan sebagai berikut ;

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak

Hasil perhitungan t student diperoleh ;

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

$$t = \frac{0,99\sqrt{10-2}}{\sqrt{1-0,9801}}$$

$$t = \frac{0,99(2,8284)}{\sqrt{0,0199}}$$

$$t = \frac{2,800}{0,141}$$

$$t = 19,85$$

Sedangkan nilai t tabel diperoleh = 2,828, maka $t_{hitung} 19,85 > t_{tabel} 2,828$, berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis yang diajukan adalah : **“ada pengaruh promosi terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung”**, diterima

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka penulis menyimpulkan antara lain :

1. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Karya Niaga di Bandar Lampung mampu mengatasi persaingan pasar, hal ini terbukti setelah dinaikannya anggaran promosi berpengaruh terhadap efektivitas kerja karyawan, hasil

- penjualan produk lampu philips juga naik.
2. Persamaan regresi, yaitu : $Y = - 50,51 + 22,37$, mengartikan bahwa bila anggaran ditambah atau diturunkan sebesar 1 %, maka nilai efektivitas kerja karyawan dari hasil penjualan akan bertambah atau berkurang sebesar 22,37 %, sedangkan bila anggaran promosi yang ditambah itu tetap, maka nilai keuntungan yang diperoleh akan berkurang sebesar Rp 50.510.000,-.
 3. koefisien korelasi, yaitu 0,99 mengartikan bahwa anggaran promosi berpengaruh positif terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung. Selain itu besarnya pengaruh promosi terhadap efektivitas kerja karyawan adalah 98,01 % sisanya 1,99% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
 4. Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan t student $n - 2 = (10 - 2) = 8$ t tabel, sedangkan hasil t hitung 19,85, maka $t_{hitung} 19,85 > t_{tabel} 2,828$, berarti H_0 ditolak H_a diterima. Dengan demikian terbukti ada pengaruh promosi terhadap efektivitas kerja karyawan pada PT. Karya Niaga di Bandar Lampung.

Saran-saran

Sedikit saran yang akan disampaikan penulis sebagai berikut :

1. PT. Karya Niaga di Bandar Lampung agar dapat mencapai hasil yang maksimal dari hasil penjualan, maka sebaiknya perusahaan meningkatkan kegiatan promosi, sehingga mendorong efektivitas pembelian konsumen dan pedagang.
2. PT. Karya Niaga di Bandar Lampung sebaiknya menitik beratkan pada keputusan pembelian mengenai kualitas barang dan jaminan

pelayanannya dengan harga terjangkau sehingga perusahaan lampu philips menjadikan konsumen loyalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto Suharsimi, 2011. *Prosedur Penelitian*. Penerbit Bina Aksara. Jakarta.
- DH Basu Swastha, 2014. *Manajemen Pemasaran*. Mandar Maju. Bandung.
- H. Muhammad Isa Indrawan, 2015. *Pengaruh Promosi Jabatan dan Mutasi Terhadap Prestasi Kerja Pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Cabang Ahmad Yani Medan*. Jurnal ilmiah "INTEGRITAS" Vol.1 No. 3 Oktober.
- Murti, N. (2013). Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Terhadap Efektivitas Kerja Karyawan (*Studi Pada Karyawan Pt. Pln (Persero) Distribusi Jawa Timur Area Pelayanan dan Jaringan Malang*). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 6(2), 78049.
- Nelson (2020). Pengaruh Efektifitas Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Bandar Lampung. *Ekombis Sains Jurnal Ekonomi Keuanga Dan Bisnis Universitas Sang Bumi Ruwa Jurai*, Volume 5, Nomor 01, Juni 2020.
- Hal 29-36
<http://jurnal.saburai.ac.id/index.php/mana-jemen/article/view/667/494>
- Nuzleha, Yamin, Y. Y., & Novalia. (2019). Pengaruh Efektifitas Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Bandar Lampung. *Ekombis Sains Jurnal Ekonomi*

*Keuanga Dan Bisnis Universitas
Sang Bumi Ruwa Jurai, 4 No. 1,
17–26.*

Prawiraatmaja Rahman, 2014. *Manajemen
Pemasaran*. BPFE -
UGM. Yogyakarta.

Sudjana, 2012. *Teori dan Praktek
Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta

Supranto J, 2012. *Metodologi Penelitian
dan Riset*. PT. Ghalia Indonesia.
Jakarta.

