



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 3 Tahun 2024 Page 15190-15203

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Promosi dan Bonus Agen terhadap Kinerja Penjualan Karyawan pada Produk Skin Care Merek MS Glow di Rantauprapat

Mindo Manurung^{1✉}, Rizki Syahputra², Fadzil Hanafi Asnora³

Universitas Labuhanbatu

Email: mindomanurung10@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan promosi dan bonus agen terhadap kinerja penjualan karyawan pada Produk Perawatan Kulit Merek Ms. Glow di Rantauprapat, Pendapat Arikunto yang berjumlah empat puluh orang digunakan untuk memilih prosedur pengambilan sampel. Analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis, dan analisis deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa Promosi (X1) dan Bonus Agen (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan Karyawan Pada Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Rantauprapat, dengan nilai variabel Promosi thitung sebesar 3,018 sedangkan t tabel 1.689 (thitung lebih besar dari ttabel). variabel Bonus Agen thitung sebesar 3,138 sedangkan t tabel 1.689 (thitung lebih besar dari ttabel). Hasil pengujian hipotesis secara Simultan (uji F) menunjukkan bahwa Promosi (X1) dan Bonus Agen (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan Karyawan Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Rantauprapat, Diberikan nilai 10,371 untuk fhitung dan 2,64 untuk ftabel (fhitung lebih besar dari ftabel). Berdasarkan hasil pengujian, promosi dan bonus agen secara bersamaan memberikan kontribusi sebesar 41,9% terhadap kinerja penjualan karyawan pada produk perawatan kulit Brand Ms. Glow di Rantauprapat. Koefisien determinasi (R²) mempunyai nilai Adjusted R square sebesar 0,419 atau 41,9%.

Kata Kunci: *Promosi, Bonus Agen, Kinerja Penjualan*

Abstract

The purpose of this research is to determine the partial and simultaneous influence of promotions and agent bonuses on employee sales performance for Ms. Brand Skin Care Products. Glow in Rantauprapat, Arikunto's opinion of forty people was used to select the sampling procedure. Multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and descriptive analysis are the analytical methods used. The results of partial hypothesis testing (t test) show that Promotion (X₁) and Agent Bonus (X₂) positive and significant effect on Employee Sales Performance in Ms Glow Brand Skin Care Products in Rantauprapat, with a Promotion variable value of t calculated at 3.018 while the t table is 1.689 (t calculated is greater than t table). The t calculated Agent Bonus variable is 3.138 while the t table is 1.689 (t calculated is greater than t table). The results of simultaneous hypothesis testing (F test) show that Promotions (X₁) and Agent Bonuses (X₂) have a positive and significant effect on Employee Sales Performance of Ms Glow Brand Skin Care Products in Rantauprapat, given a value of 10.371 for f count and 2.64 for f table (f count is greater than f table). Based on test results, promotions and agent bonuses together contributed 41.9% to employee sales performance for Ms. Brand skin care products. Glow in Rantauprapat. The coefficient of determination (R²) has an Adjusted R square value of 0.419 or 41.9%.

Keywords: *Promotions, Agent Bonuses, Sales Performance.*

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia adalah salah satu aset perusahaan yang paling berharga, maka penting untuk terus melestarikan dan meningkatkannya. Penting untuk fokus pada kinerja sumber daya manusia selain pengembangan dan pemeliharannya. Kunjungan rutin masyarakat terhadap produk Skin Care Brand Ms. Glow di Rantauprapat merupakan bukti keinginan banyak masyarakat terhadap barang-barang berkualitas, terutama yang original. Oleh karena itu, agar produk dapat terjual dan mendapatkan kepercayaan masyarakat, manajemen sumber daya manusia yang terampil menjadi faktor terpenting bagi Produk Perawatan Kulit Brand Ms. Glow di Rantauprapat. Karena salah satu garis pertahanan pertama dalam menawarkan barang yang pada akhirnya akan mendongkrak pendapatan penjualan perusahaan adalah manajemen sumber daya manusia. Tuntutan karyawan, khususnya yang berkaitan dengan kebahagiaan kerja yang dapat mendongkrak kinerja penjualan, harus diperhatikan oleh Produk Perawatan Kulit Merek Ms Glow di Rantauprapat demi menjaga profesionalisme staf dalam melakukan pelatihan kepada calon karyawan..

Kinerja pegawai merupakan hasil kuantitas dan kaliber kerja yang dilakukan pegawai dalam rangka memenuhi tanggung jawab yang diberikan, (Mangkunegara 2014:155). Metrik kuantitas dan kualitas, seperti keakuratan pekerjaan, kapasitas untuk mengevaluasi kemampuan karyawan, dan kuantitas output yang ditunjukkan oleh karyawan melalui

penyelesaian pekerjaan tepat waktu, dapat digunakan untuk mengevaluasi kinerja karyawan.. (Porter dan Lawler dalam Bavendam, J. (2018:53), menyebutkan bahwa kinerja suatu singkatan dari kinetika energi kerja. Kinerja adalah jumlah pekerjaan yang dapat dilakukan selama jangka waktu tertentu untuk menyelesaikan suatu tugas. Dasar-dasar prestasi kerja terkait dengan tugas yang terkait dengan posisi, tujuan dan misi organisasi, dan pandangannya mengenai perilaku yang paling dihargai. (Sedermayati,2016:78). Sejumlah ahli mendefinisikan kinerja sumber daya manusia sebagai "perbandingan antara hasil kerja yang terlihat jelas dengan standar kerja yang ditentukan". bahkan menurut (Badriah, 2019:44) Diperjelas bahwa kinerja individu merupakan hasil kerja baik kualitatif maupun kuantitatif yang didasarkan pada standar kerja yang telah ditentukan. Jika kinerja individu ini didukung oleh kualitas pribadi, bakat profesional, dan dukungan organisasi, maka hal itu akan tercapai. Adapun indikator dalam Kinerja menurut Pebian (2012:31) dapat diperjelas sebagai berikut: 1) Keaslian; 2) Jumlah; 3) Ketepatan; 4) Efisiensi; 5) Akurasi.

Salah satu penunjang kinerja penjualan ialah adanya pemeberian bonus yang rutin Jika bonus dapat memenuhi tuntutan karyawan dengan baik, kebahagiaan kerja akan terwujud. Semua tunjangan yang diperoleh pekerja dari pemberi kerja sebagai pengganti pembayaran jasa karyawan disebut sebagai bonus. Bonus memainkan peran penting dalam proses rekrutmen karena memberikan bantuan keuangan kepada calon karyawan dan mempunyai dampak signifikan terhadap kepuasan kerja dan output. Distribusi bonus yang benar akan meningkatkan kepuasan karyawan dan mendorong tercapainya tujuan organisasi.

Menurut definisi Setiawan (2018:90), bonus adalah segala sesuatu yang diperoleh seorang karyawan sebagai imbalan atas pekerjaannya. Menurut Stanford (2019:216), Bonus karyawan adalah sesuatu yang mereka terima sebagai imbalan atas upaya mereka terhadap bisnis dan organisasi. Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator bonus yang sangat memprihatinkan, antara lain: 1) Gaji, 2) Perquisites, 3) Bonus, 4) Fasilitas, 5) Penghargaan. Bonus tersebut harus disertai dengan penjualan yang memenuhi target, berdasarkan informasi yang dihimpun dari staf Produk Perawatan Kulit Merek Ms Glow di Rantauprapat. Hal ini akan mendorong karyawan untuk terus memasarkan produknya ke seluruh lapisan masyarakat. Retensi staf profesional sulit dilakukan Jika gaji yang diberikan tidak kompetitif, pekerja mungkin memutuskan untuk berhenti, yang dapat meningkatkan pergantian pekerja.

Setiap karyawan di suatu perusahaan atau instansi dapat menyelesaikan semua tugas sesuai jadwal dan standar yang tinggi karena mereka semua disiplin dalam bekerja., maka

bonus memegang peranan yang sangat penting bagi setiap pegawai yang menjual Produk Perawatan Kulit Merk Ms Glow di Rantauprapat, dalam suatu perusahaan untuk membuat perusahaan lebih maju di masa depan. Selain unsur bonus yang diberikan kepada agen penjualan Produk Perawatan Kulit Merek Ms. Glow di Rantauprapat, salah satu kunci motivator untuk meningkatkan kinerja karyawan adalah promosi jabatan. Karyawan yang berkinerja baik akan menerima promosi progresif dari manajemen, yang akan mendorong anggota staf lainnya untuk lebih terlibat dalam penjualan barang tersebut.

Promosi adalah kompensasi yang diperoleh atas jasa yang diberikan kepada pekerja melebihi gaji pokok.(William J. Stanton, 2019:91). Menurut Stanford (2017:155), berpendapat bahwa kepuasan yang dirasakan seseorang setelah menyelesaikan suatu tugas itulah yang dimaksud dengan promosi jabatan. Adapun indikator dalam promosi menurut Wandansari (2018:93) dapat dijelaskan sebagai berikut : 1) loyalitas, 2) kreatif dan punya nilai lebih, 3) .solatif.

METODE PENELITIAN

Tempat dalam penelitian ini adalah Pada Produk Skin Care Merek Ms Glow Di Rantauprapat yang beralamat di Jln.jendral ahmad yani Sumatera Utara Kelurahan kartini, Kecamatan Rantau utara. Waktu dalam Proses penelitian ini dilaksanakan paling lama sekitar 3 bulan mulai Oktober 2023 – Desember 2023. Populasi penelitian adalah sekitar 40 orang atau lebih yang bekerja sebagai perwakilan penjualan Produk Perawatan Kulit Merek Ms. Glow di Rantauprapat. Penulis mengambil sampel dari populasi saat ini dengan menggunakan pendekatan sampling jenuh, dengan menggunakan total empat puluh individu. Setelah itu, data penelitian diperiksa dengan berbagai metode analisis, antara lain uji validitas, uji reliabilitas regresi parsial (uji t), dan uji t untuk menentukan apakah model regresi suatu variabel. Uji Koefisien determinasi, Uji Simultan (Uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Deskriptif Data Responden

Menemukan profil data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian merupakan tujuan penyajian data penelitian deskriptif. Memahami hasil penelitian memerlukan informasi tambahan, seperti data deskriptif yang mencirikan keadaan atau keadaan responden. Responden penelitian mempunyai ciri-ciri tertentu. Setelah pengumpulan, data atau informasi dikategorikan berdasarkan jenis pengumpulannya. Dalam statistik, data kuantitatif diolah dan disajikan dalam bentuk tabel..

Selanjutnya penulis menggunakan data-data berikut untuk mengolah dan menganalisis data penelitian:

$$:p = \frac{f}{n} \times 100\% \dots$$

Keterangan

P = proporsi tanggapan

F = frekuensi tanggapan

N = jumlah total sampel

Ciri-ciri penelitian terdiri dari:

Karakteristik Peserta Penelitian

Pengelompokan responden Informasi berikut didasarkan pada jenis kelamin responden, usia, status sosial, dan masa kerja::

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

No	Karakteristik Responden	Jumlah	Prosentase	
1	Jenis Kelamin responden	Laki-laki	25	62%
		Perempuan	15	38%
	Total	40	100%	
2	Usia	20-29 tahun	15	38%
		30-39 tahun	18	45%
		40-49 tahun	7	17%
		Total	40	100%
3	Status Sosial	Sudah Bekeluarga	18	45%
		Belum Bekeluarga	22	55%
		Total	40	100%
4	Masa kerja	1-3 tahun	8	20%
		4-6 tahun	12	30%
		7-10 tahun	20	50%
		Total	40	100%

Sumber: Informasi yang dikumpulkan pada tahun 2023

1. Sesuai dengan informasi pada Tabel 1 di atas, dapat diketahui apakah responden yang menjual Produk Perawatan Kulit Merek Ms. Glow di Rantauprapat adalah laki-laki sebanyak 25 responden atau 62% dari total populasi, dan perempuan sebanyak 15 responden, atau 38% dari total populasi.
2. Kemudian berdasarkan data pada Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa responden atau yang menjual Produk Perawatan Kulit Merek Ms. Glow di Rantauprapat sebagian besar berusia antara 20 hingga 39 tahun. Dari jumlah tersebut, terdapat 15 responden, atau 38% sampel, 18 responden atau 45%, berusia antara 30 hingga 39 tahun, dan 7 responden, atau 17% dari total populasi, berusia antara 40 hingga 49 tahun.

3. Berdasarkan informasi yang tersaji pada Tabel 1 di atas, dapat pula diketahui status sosial dari agen yang menjual Produk Perawatan Kulit Merek Ms. Glow di Rantauprapat. Mayoritas agen ini memiliki keluarga beranggotakan delapan belas orang, atau 45% di antaranya tidak memiliki keluarga beranggotakan dua puluh dua orang, atau 55% dari populasi, tergantung perhitungan.
4. Informasi mengenai masa kerja responden penjual Produk Skin Care Merek Ms. Glow di Rantauprapat dapat diperoleh keterangan yang pasti diantara persentasenya 20%, maka ada 8 orang yang telah bekerja 1-3 tahun; jika persentasenya 30%, ada 12 orang yang sudah bekerja 4-6 tahun; dan jika persentasenya 20%, maka dari jumlah penduduk tersebut terdapat 20 orang yang telah bekerja selama 7-10 tahun.

Uji Validitas

Menurut Arikunto (2017:230). Uji validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa cepat kemajuan penelitian terhadap makna atau isi yang diukur. Uji validitas akan dilakukan dengan mencari nilai koefisien korelasi (r) setiap pertanyaan dan membandingkannya dengan nilai kritis tabel r korelasi. Hal ini akan melibatkan penghitungan koefisien antar mata pelajaran pada item pertanyaan menggunakan skor tes yang diperoleh dari hasil kuesioner. Terdapat signifikansi pada query atau variabel jika r hitung $>$ r tabel. Hal ini menunjukkan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut mengukur hal yang sama, yang disebut dengan validitas konstruk. Mereka juga menunjukkan konsistensi internal. Uji validitas dilakukan secara terpisah terhadap masing-masing 40 responden dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

<u>Variabel</u>	<u>Item</u>	<u>Corrected item-total correlation (r hitung)</u>	<u>r table</u>	<u>Keterangan</u>
<u>Promosi (X1)</u>	<u>Pernyataan 1</u>	0.788	0.257	Valid
	<u>Pernyataan 2</u>	0.858	0.257	Valid
	<u>Pernyataan 3</u>	0.832	0.257	Valid
	<u>Pernyataan 4</u>	0.612	0.257	Valid
	<u>Pernyataan 5</u>	0.728	0.257	valid
<u>Bonus Agen (X2)</u>	<u>Pernyataan 1</u>	0.655	0.257	Valid
	<u>Pernyataan 2</u>	0.815	0.257	Valid
		0.731	0.257	Valid
		0.674	0.257	Valid

	Pernyataan 3	0,584	0,257	valid
	Pernyataan 4			
	Pernyataan 5			
Kinerja Karyawan (Y)	Pernyataan 1	0,418	0,257	Valid
	Pernyataan 2	0,813	0,257	Valid
	Pernyataan 3	0,669	0,257	Valid
	Pernyataan 4	0,699	0,257	Valid
	Pernyataan 5	0,579	0,257	valid

Setiap item pertanyaan mempunyai r hitung $>$ r tabel (0,257) dan bernilai positif seperti terlihat pada tabel diatas. Oleh karena itu, item pernyataan dianggap valid

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Berikut gambaran seberapa sering responden menjawab kuesioner penelitian.

1. Analisis Deskriptif Variabel Promosi (X_1)

Frekuensi jawaban responden terhadap variabel Promosi (X_1) sebagai berikut :

Tabel 3. Tabulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi (X_1)

nomor	Distribusi Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	10	25	15	37,5	13	32,5	2	5	0	0	40	100
2	8	20	17	42,5	12	30	3	7,5	0	0	40	100
3	8	20	20	50	12	30	0	0	0	0	40	100
4	13	32,5	16	40	9	22,5	2	5	0	0	40	100
5	9	22,5	20	50	9	22,5	2	5	0	0	40	100

Sumber : Hasil Kuesioner (data diolah SPSS), 2023

Sesuai dengan Tabel 3 diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Kesimpulan dapat diambil dari tabel 3 di atas, jika 10 responden (25%) sangat setuju bahwa perusahaan mempertimbangkan kinerja pekerjaan Anda ketika menetapkan kebijakan promosi, sementara 15 responden (37,5%) setuju, 13 responden (32,5%) tidak setuju, dan 2 responden (5%) sangat tidak setuju..
- Tabel 3 juga menunjukkan bahwa 8 responden (20%) sangat setuju bahwa salah satu

- kriteria utama promosi adalah Tingkat Pendidikan karyawan, diikuti oleh 17 responden (42,5%) yang setuju, 12 responden (30%) yang kurang setuju, dan 3 responden yang tidak setuju. Responden (7,5%) yang tidak setuju.
- Informasi tersedia pada tabel 3 di atas apakah delapan responden (20%) sangat setuju bahwa pengusaha harus mempertimbangkan pengalaman kerja ketika mempertimbangkan kandidat untuk promosi, dua puluh responden (50%) setuju, dan dua belas responden (30%) tidak setuju.
 - Informasi tersedia pada tabel 3 di atas apakah delapan responden (20%) sangat setuju bahwa pengusaha harus mempertimbangkan pengalaman kerja 8ambil mempertimbangkan kandidat untuk promosi, dua puluh responden (50%) setuju, dan dua belas responden (30%) tidak setuju.
 - Informasi pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa mayoritas karyawan di wilayah Prapat yang menjual produk Skin Care Merk Ms Glow sangat setuju bahwa kebijakan promosi jabatan yang diterima Sadaura merupakan rekomendasi dari atasan unit kerja Anda saat ini. Dua puluh orang (50%) setuju, sembilan orang (22,5%) tidak setuju, dan dua orang (5%) tidak setuju.

2. Analisis Deskriptif Variabel Kompensasi Bonus Agen (X_2)

Frekuensi jawaban responden terhadap variabel Bonus Agen (X_2) sebagai berikut :

Tabel 4. Tabulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Bonus Agen (X_2)

nomor	<u>Distribusi Jawaban Responden</u>											
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	12	30	18	45	9	22.5	1	2.5	0	0	40	100
2	12	30	18	45	8	20	2	5	0	0	40	100
3	9	22.5	15	37.5	15	37.5	1	2.5	0	0	40	100
4	9	22.5	17	42.5	10	25	4	10	0	0	40	100
5	10	25	19	47.5	10	25	1	2.5	0	0	40	100

Sumber : Hasil Kuesioner (data diolah dari SPSS), 2023

Sesuai dengan Tabel 4 diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut::

- Informasi pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Skin Care Merek Ms. Glow di Rantauprapat yaitu 12 orang (30%) sangat setuju bahwa pekerja akan menerima santunan apabila mengalami kecelakaan kerja. Sebaliknya, 18 orang (45%) menyatakan setuju, 9 orang (22,5%) kurang setuju, dan 1 orang (2,5%) tidak

- setuju.
- b. Data yang disajikan pada Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Skin Care Merek Ms. Glow di Rantauprapat, yaitu 12 orang (30%), sangat setuju bahwa pekerja akan menerima uang kompensasi jika sudah terlalu tua untuk bekerja; 18 orang (45%) setuju, 8 orang (20%) kurang setuju, dan 2 orang (5%) tidak setuju.
 - c. Informasi mengenai mayoritas karyawan Skin Care Brand Ms. Glow di Rantauprapat dapat dilihat pada tabel 4 diatas. Dari jumlah tersebut, 9 orang (22,5%) sangat setuju pegawai akan mendapat santunan jika meninggal dunia, 15 orang (37,5%) setuju, 15 orang (37,5%) kurang setuju, dan 1 orang (2,5%) tidak setuju.
 - d. Tabel 4 memberikan informasi mengenai mayoritas karyawan Skin Care Brand Ms. Glow di Rantauprapat. Dari jumlah tersebut, 9 orang (22,5%) sangat setuju bahwa karyawan menerima tunjangan kesehatan jika mereka sakit, 17 orang (42,5%) setuju, 10 orang (25%) kurang setuju, dan 4 orang (10% tidak setuju).
 - e. Data pada Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Skin Care Brand Ms. Glow di Rantauprapat sangat setuju karyawan diberikan fasilitas untuk membantu kenyamanan dan keamanannya selama bekerja, sebanyak 10 orang (25%) menyatakan hal tersebut. Sepuluh orang (25%) setuju, satu orang (2,5%) kurang setuju, dan 19 orang (47,5%) menyatakan setuju.

3. Analisis Deskriptif Variabel kinerja penjualan karyawan (Y)

Frekuensi jawaban responden kinerja penjualan karyawan (Y) sebagai berikut :

Tabel 5. Tabulasi Jawaban Responden Untuk Variabel kinerja penjualan karyawan (Y)

nomor	Distribusi Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	12	30	20	50	8	20	0	0	0	0	40	100
2	9	22,5	17	42,5	12	30	2	5	0	0	40	100
3	6	15	9	22,5	19	47,5	6	15	0	0	40	100
4	7	17,5	11	27,5	17	42,5	2	5	3	7,5	40	100
5	6	15	23	57,5	11	27,5	0	0	0	0	40	100

Sumber : Hasil Kuesioner (data diolah dari SPSS), 2023

Sesuai dengan Tabel 5 diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut::

- a. Tabel 5 di atas memberikan informasi mengenai mayoritas karyawan Skin Care Brand Ms. Glow di Rantauprapat: 12 orang (30%) sangat setuju bahwa pekerjaannya menarik

- dan menyenangkan bagi mereka, 20 orang (50%) menyatakan setuju, dan 8 orang (20%) % tidak setuju..
- Tabel 5 memberikan informasi mengenai mayoritas karyawan Skin Care Brand Ms. Glow di Rantauprapat. Dari jumlah tersebut, 9 orang (22,5%) sangat setuju bahwa mereka menyukai pekerjaannya saat ini karena sesuai dengan cita-citanya; 17 orang (42,5%) setuju; 12 orang (30%) kurang setuju; dan 2 orang (5%) tidak setuju.
 - Tabel 5 di atas memberikan informasi yang menunjukkan mayoritas karyawan Skin Care Merek Ms. Glow di Rantauprapat: 6 orang (15%) sangat setuju bahwa mereka mencintai pekerjaannya karena memungkinkan mereka merasakan hal-hal baru; 9 orang (22,5%) setuju; 19 orang (47,5%) kurang setuju; dan 6 orang (15%) tidak setuju.
 - Informasi pada tabel 5 di atas menunjukkan bahwa mayoritas karyawan Skin Care Merek Ms. Glow di Rantauprapat sangat setuju bahwa pekerja harus tiba di tempat kerja sesuai waktu yang telah ditentukan. Tujuh belas orang (17,5%) sangat setuju, sebelas orang (27,5%) setuju, tujuh belas orang (42,5%) kurang setuju, dua orang (5,0%) tidak setuju, dan tiga orang (7,5%) sangat tidak setuju.
 - Tabel 5 memberikan informasi mengenai mayoritas karyawan Skin Care Brand Ms. Glow di Rantauprapat. Dari jumlah tersebut, enam orang (15%) sangat setuju bahwa mereka berkinerja baik dalam bidang pekerjaannya, 23 orang (57,5%) setuju, dan sebelas orang (27,5%) kurang setuju.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dengan bantuan program SPSS versi 22, dilakukan analisis regresi linier berganda. Berikut tabel hasil pengolahan datanya

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-2.574	4.078		
	Promosi	.337	.112	.388	3.018
	Bonusagen	.409	.130	.412	3.138

Sumber : Hasil Penelitian (Diolah SPSS), 2023

Nilai konstanta dan koefisien regresi diperoleh dengan menggunakan kolom *Unstandardized Coefisiens* pada Tabel 8, sehingga membentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = -2,574 + 0.337X_1 + 0,409X_2 + e$$

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Konstanta (a) = -2,574 menunjukkan bahwa jika X (promosi, bonus) konstan atau X = 0, maka kinerja penjualan sebesar -2,574.
2. Koefisien (b₁) = 0.337. Ini menunjukkan bahwa setiap perubahan satu variabel faktor Promosi (X₁), akan menambah Kinerja penjualan sebesar 0.337.
3. Koefisien (b₂) = 0,409. Ini menunjukkan bahwa setiap perubahan satu variabel faktor Bonus Agen (X₂), akan menambah Kinerja penjualan sebesar 0,409.

Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis Secara Partial (Uji T)

Uji statistik T yang sering disebut dengan (Uji T) digunakan untuk menilai pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen. H₀ diperbolehkan apabila nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel; sebaliknya H₀ ditolak jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel. Tabel 4.10 di bawah ini menampilkan hasil pengujian hipotesis yang secara terperinci:

Tabel 7. Hasil Uji Partial

Model		Coefficients ^a		Standardized		
		Unstandardized Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.574	4.078		-.631	.532
	Promosi	.337	.112	.388	3.018	.005
	Bonusagen	.409	.130	.412	3.138	.003

Sumber : Hasil Penelitian (Diolah SPSS), 2023

1. Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap kinerja penjualan karena t_{hitung} sebesar 3,018 dan t_{tabel} sebesar 1,689 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}). Hal ini menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ disetujui. Nilai sig yaitu 0,005 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 semakin mendukung hal tersebut.
2. Bonus Agen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualan, dibuktikan dengan nilai sig yaitu 0,003 lebih kecil dari nilai alpha sebesar 0,05. Untuk Bonus Agen nilai t_{hitung} sebesar 3,138, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,689 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}). Hal ini menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H₂ diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian seluruh variabel bebas dan variabel terikat secara simultan pada derajat kebebasan df_1 ($4-1 = 3$) dan df_2 ($40-4 = 36$) disebut dengan pengujian simultan. Oleh karena itu, $F(3:36) = 2,64$ adalah nilai yang digunakan dalam F_{tabel} . Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat tampilan tabel anova sebagai berikut:

Tabel 8. Uji Simultan (f)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.186	3	45.062	10.371	.000 ^b
	Residual	156.414	36	4.345		
	Total	291.600	39			

a. Dependent Variable: Kineriapenjualan
b. Predictors: (Constant), promosi, Bonusagen

Sumber : Hasil Penelitian (Diolah SPSS), 2023

Mengingat temuan di atas menunjukkan $F_{hitung} = 10,371$ dan $F_{tabel} = 2,64$, maka F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikannya 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, maka diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_4 . Diterimanya hipotesis alternatif menunjukkan variabel bebas X_1 dan X_2 mampu menjelaskan keragaman dari variabel terikat (Y) dalam hal ini variabel promosi dan bonus agen secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kinerja penjualan.

Koefisien Determinasi

Sejauh mana perbedaan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh model ditunjukkan dengan koefisien determinasi (R^2). Inilah hasilnya.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

		Model Summary ^a			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.681 [*]	.464	.419	2.08443	1.492

a. Predictors: (Constant), promosi, bonusagen
b. Dependent Variable: kineriapenjualan

Sumber : Hasil Penelitian (Diolah SPSS), 2023

Promosi dan bonus agen secara bersamaan memberikan kontribusi terhadap kinerja penjualan sebesar 44%, sesuai dengan nilai Adjusted R square sebesar 0,419 atau 41,9%. Sisanya sebesar 58,1% varians dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam

penelitian ini.

SIMPULAN

1. Hasil uji hipotesis parsial variabel promosi menunjukkan nilai t hitung ($3,018 > 1,689$) lebih besar dari t tabel, hal tersebut memperlihatkan kemungkinan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara variabel promosi dengan variabel kinerja penjualan..
2. Hasil uji hipotesis secara parsial terhadap variabel Bonus Agen menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat mempengaruhi variabel Kinerja Penjualan secara signifikan dan positif karena nilai t hitung memiliki nilai lebih besar dari t tabel ($3,138 > 1,689$).
3. Selanjutnya $F_{hitung} = 10,371$ dan $F_{tabel} = 2,64$ diketahui dari hasil uji simultan; dalam hal ini F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikansinya sebesar 0,003 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 maka diputuskan H_4 diterima. Diterimanya hipotesis alternatif menunjukkan variabel bebas X_1 , X_2 dan X_3 mampu menjelaskan keragaman dari variabel terikat (Y) dalam hal ini variabel Promosi Dan Bonus Agen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew. (2016). analisis kinerja pegawai. In *Manajemen sumber daya manusia perusahaan* (pp. 10–12). karya kencana.
- Arikunto. (2017). metodel. In *metode penelitian* (edisi ke t, p. 213). Cv. Pustaka setia.
- Badriah, M. (2019). kinerja pegawai. In *Manajemen sumber daya manusia* (Cetakan I, p. 219). Cv. Pustaka setia.
- Mangkunegara. (2018). Kesehatan Kerja. In *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia. Pendekatan Administratif Dan Operasional* (pp. 161–162). gramedia.
- Pebian, R. (2012). Analisis upah dan tenaga kerja. *Pengaruh kedisiplinan Terhadap tingkat kinerja Karyawan Di UD. Pakem Sari, Desa Sumberpakem, Kecamatan Sumberjambe, Kabupaten Jember.*
- Porter dan Lawyer, I. (2018). analisis upah dan tenaga kerja. *Pengaruh Kompensasi Terhadap Semangat Kerja Karyawan Di UD. Pakem Sari, Desa Sumberpakem, Kecamatan Sumberjambe, Kabupaten Jember, 13(1), 14–33.*
- Salinding (2016). kesehatan kerja. *'Pengaruh Kompensasi dan promosi Terhadap kepuasan Karyawan Pada PT. semangat jaya, 13(1), 113.*

- Sedermayati, K. C. (2016). Kinerja pegawai. *Pengaruh komunikasi dan kedisiplinan terhadap kinerja karyawan dialer sepeda motor merek honda.*
- Setiawan, K. C. (2018). kinerja pegawai. *jurnal "Pengaruh bonus dan promosi jabatan Terhadap kinerja karyawan Karyawan Pada PT.Cipta Agung Palembang, 13(1), 34.*
- Sugiyono. (2017). metodel. In *metode penelitian* (p. 117). Cv. Pustaka Setia.
- Stanford. (2019). tipe kinerja pegawai. In *Manajemen sumber daya manusia* (edisi pert, p. 151). Penerbit Kencana.
- Wandasari. (2018). expetasi disiplin kerja. *Pengaruh Kompensasi, Penempatan Kerja, Dan promosi jabatan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PTLingga Tiga Sawit, 13(1), 231.*
- Wiliam. (2019). manejemen sdm. *Pengaruh Bonus Dan Promosi Terhadap Semangat Kerja Karyawan Di Kampung Batu Malakasari Tektona Waterpark Kabupaten Bandung, 13(1), 22–44.*