EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.6, No.1, November 2026

Pengaruh *Reward*, Komunikasi Organisasi, Terhadap Kepuasan Kerja Pada Karyawan *Station Accessories* Samarinda

Kule Bilung[1], Dian Irma Aprianti[2], Eko Ravi Pratama[3]
[1,2,3] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Indonesia
E-mail: kyrieeleison688@gmall.com

Article History:
Received: 29 Juli 2026
Revised: 01 Oktober 2026
Accepted: 28 Oktober 2026

Keywords: *Reward, Organizational Communication, Job Satisfaction, Multiple Linear Regression, Station Accessories Samarinda.*

Abstract: *This study aims to analyze the influence of reward and organizational communication on job satisfaction among employees of Station Accessories Samarinda. A quantitative approach was employed using a questionnaire distributed to 50 employees, who were selected using a saturated sampling technique. The collected data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27. The results of the partial t-test indicate that reward has a positive and significant effect on job satisfaction (t = 4.124; sig. = 0.000), whereas organizational communication does not have a significant effect on job satisfaction (t = 0.019; sig. = 0.985). Simultaneously, the F-test shows that reward and organizational communication significantly affect job satisfaction (F = 70.270; sig. = 0.000). Furthermore, the coefficient of determination (R^2) is 0.749, indicating that 74.9% of the variation in job satisfaction can be explained by reward and organizational communication, while the remaining 25.1% is influenced by other variables outside the research model. These findings suggest that reward is the dominant factor affecting employees' job satisfaction, while organizational communication does not have a significant individual contribution. Therefore, organizations are encouraged to implement a fair and effective reward system to enhance employees' job satisfaction.*

PENDAHULUAN

Sumber daya manusia merupakan aset yang paling penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi. Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan untuk tidak hanya mengembangkan strategi pemasaran dan meningkatkan kualitas produk, tetapi juga mengelola sumber daya manusia secara efektif. Keunggulan kompetitif perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan karyawan dalam memberikan kinerja terbaik, sehingga organisasi perlu menciptakan lingkungan kerja yang mampu meningkatkan motivasi, loyalitas, dan kepuasan kerja. Menurut Armstrong (2023), pengelolaan sumber daya manusia yang efektif menjadi faktor utama yang menentukan keberlangsungan dan daya saing organisasi karena keberhasilan perusahaan pada akhirnya bergantung pada kualitas kinerja sumber daya

manusianya.

Fenomena rendahnya kepuasan kerja masih menjadi tantangan bagi berbagai organisasi di dunia, termasuk di Indonesia. Berdasarkan Gallup State of the Global Workplace Report 2025, hanya 21% karyawan di dunia yang memiliki keterikatan (*employee engagement*) terhadap pekerjaannya, sedangkan 79% lainnya belum memiliki keterikatan kerja yang optimal. Gallup juga melaporkan bahwa rendahnya keterikatan kerja menyebabkan penurunan produktivitas global yang diperkirakan mencapai US$438 miliar setiap tahunnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih banyak organisasi yang belum mampu menciptakan lingkungan kerja yang memberikan kepuasan kepada karyawannya sehingga berdampak terhadap rendahnya semangat kerja, meningkatnya tingkat perpindahan karyawan (*turnover*), serta menurunnya kualitas pelayanan kepada pelanggan (Gallup, 2025).

Di Indonesia, kondisi tersebut juga terlihat dari hasil Jobstreet by SEEK Hiring, Compensation and Benefits Report 2024 yang menunjukkan bahwa sekitar 42% pekerja Indonesia menyatakan mempertimbangkan untuk berpindah pekerjaan dalam kurun waktu satu tahun ke depan. Alasan yang paling banyak dikemukakan adalah kurangnya penghargaan dari perusahaan, terbatasnya peluang pengembangan karier, komunikasi yang kurang efektif dengan atasan, dan rendahnya kepuasan terhadap lingkungan kerja. Data tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan kerja masih menjadi persoalan penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar mampu mempertahankan karyawan yang berkualitas dan meningkatkan produktivitas organisasi (Jobstreet by SEEK, 2024).

Kepuasan kerja merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam pengelolaan sumber daya manusia karena berkaitan dengan sikap positif karyawan terhadap pekerjaannya. Karyawan yang memiliki kepuasan kerja tinggi cenderung bekerja lebih produktif, memiliki loyalitas yang tinggi, mampu bekerja sama dengan rekan kerja, serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Sebaliknya, apabila kepuasan kerja rendah, maka akan muncul berbagai permasalahan seperti meningkatnya tingkat absensi, rendahnya komitmen organisasi, menurunnya produktivitas, hingga meningkatnya keinginan untuk meninggalkan perusahaan. Robbins dan Judge (2023) mendefinisikan kepuasan kerja sebagai perasaan positif seseorang terhadap pekerjaannya yang merupakan hasil evaluasi terhadap berbagai karakteristik pekerjaan yang dimilikinya. Oleh karena itu, kepuasan kerja menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan pengelolaan sumber daya manusia.

Salah satu faktor yang diyakini mampu meningkatkan kepuasan kerja adalah adanya penghargaan (*reward*) yang diberikan perusahaan kepada karyawan. Penghargaan merupakan bentuk apresiasi organisasi atas kontribusi, prestasi, maupun loyalitas yang telah diberikan karyawan selama menjalankan pekerjaannya. Penghargaan tidak hanya berbentuk finansial, seperti bonus dan insentif, tetapi juga dapat berupa penghargaan nonfinansial seperti pengakuan atas prestasi, kesempatan promosi, pemberian sertifikat, maupun bentuk apresiasi lainnya. Menurut Dessler (2020), *reward* merupakan seluruh bentuk penghargaan yang diberikan organisasi kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi dan hasil kerja yang telah dicapai. Pemberian penghargaan yang adil dan sesuai dengan kinerja akan meningkatkan motivasi, rasa dihargai, dan kepuasan kerja, sedangkan penghargaan yang dianggap tidak adil dapat menimbulkan rasa kecewa dan menurunkan semangat kerja.

Selain penghargaan, komunikasi yang berlangsung di dalam organisasi juga menjadi faktor yang tidak kalah penting dalam menciptakan kepuasan kerja. Komunikasi yang efektif memungkinkan penyampaian informasi berlangsung secara jelas, memperlancar koordinasi pekerjaan, meminimalkan kesalahpahaman, serta menciptakan hubungan kerja yang harmonis

antara pimpinan dan karyawan. Sebaliknya, komunikasi yang kurang efektif sering kali menimbulkan konflik, keterlambatan penyelesaian pekerjaan, kesalahan dalam pelaksanaan tugas, serta menurunkan rasa percaya terhadap organisasi. Pace dan Faules (2018) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian dan pertukaran informasi yang berlangsung di dalam organisasi melalui komunikasi vertikal, horizontal, maupun diagonal untuk mencapai tujuan bersama. Dengan komunikasi yang terbuka dan efektif, organisasi akan lebih mudah membangun hubungan kerja yang positif sehingga mampu meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

Hubungan antara penghargaan, komunikasi organisasi, dan kepuasan kerja telah dibuktikan oleh berbagai penelitian sebelumnya. Penelitian Islamiyati dan Al Banin (2022) pada karyawan PT Perkebunan Nusantara IX Kaligua menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin baik komunikasi antara pimpinan dan karyawan, maka semakin tinggi pula kepuasan kerja yang dirasakan karena informasi dapat diterima dengan jelas serta hubungan kerja menjadi lebih harmonis.

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Cahyanto dan Utama (2016) pada PT Cakra Transports Utama menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Penelitian tersebut menemukan bahwa keterbukaan komunikasi, kejelasan penyampaian informasi, dan hubungan interpersonal yang baik mampu meningkatkan kenyamanan kerja sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan kerja. Namun demikian, penelitian tersebut hanya berfokus pada komunikasi organisasi dan lingkungan kerja tanpa mengikutsertakan aspek penghargaan (*reward*) sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan kerja.

Selanjutnya, penelitian Fitry (2025) mengenai pengaruh *reward* terhadap kepuasan kerja pada aparatur sipil negara menunjukkan bahwa *reward* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja dengan nilai t-statistic sebesar 3,103 dan p-value sebesar 0,002. Penelitian tersebut membuktikan bahwa semakin baik penghargaan yang diberikan organisasi, maka semakin tinggi kepuasan kerja pegawai. Akan tetapi, penelitian tersebut menempatkan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *reward* dan kinerja sehingga belum mengkaji kepuasan kerja sebagai fokus utama penelitian.

Meskipun berbagai penelitian telah membuktikan bahwa penghargaan maupun komunikasi organisasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja, masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian (*research gap*). Pertama, sebagian besar penelitian terdahulu menguji pengaruh komunikasi organisasi bersama kompensasi, lingkungan kerja, atau kepemimpinan terhadap kepuasan kerja, sedangkan penelitian yang secara bersamaan menguji reward dan komunikasi organisasi masih relatif terbatas. Kedua, sebagian penelitian mengenai *reward* lebih banyak menjadikan kepuasan kerja sebagai variabel mediasi menuju kinerja, bukan sebagai variabel dependen utama. Ketiga, sebagian besar penelitian dilakukan pada instansi pemerintahan, perusahaan manufaktur, maupun perusahaan perkebunan, sedangkan penelitian pada sektor ritel aksesori telepon seluler masih sangat sedikit. Perbedaan karakteristik industri memungkinkan adanya perbedaan sistem penghargaan, pola komunikasi organisasi, serta tingkat kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut pada konteks perusahaan ritel.

Station Accessories Samarinda merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan aksesori telepon seluler dan perlengkapan elektronik yang menghadapi persaingan bisnis ritel yang semakin ketat. Dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, perusahaan dituntut memiliki karyawan yang mampu memberikan pelayanan cepat, ramah, dan profesional kepada pelanggan.

Kondisi tersebut mengharuskan perusahaan memperhatikan berbagai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan, termasuk melalui pemberian penghargaan yang sesuai dengan kontribusi karyawan serta membangun komunikasi organisasi yang efektif. Berdasarkan hasil observasi awal, masih terdapat indikasi bahwa sebagian karyawan mengharapkan adanya sistem penghargaan yang lebih jelas dan komunikasi yang lebih terbuka antara pimpinan dengan karyawan agar koordinasi pekerjaan menjadi lebih baik dan kepuasan kerja dapat meningkat. Kondisi tersebut menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji karena kepuasan kerja memiliki hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan dan pencapaian target perusahaan.

Berdasarkan uraian teori, fenomena empiris, hasil penelitian terdahulu, serta adanya *research gap*, dapat dipahami bahwa penghargaan dan komunikasi organisasi merupakan dua aspek yang penting dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan. Namun demikian, penelitian mengenai kedua faktor tersebut pada perusahaan ritel aksesori telepon seluler, khususnya di *Station Accessories* Samarinda, masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilaksanakan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *reward* dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam menyusun kebijakan pengelolaan sumber daya manusia yang lebih efektif sehingga mampu meningkatkan kepuasan kerja, produktivitas, serta kualitas pelayanan kepada pelanggan. Atas dasar tersebut, penelitian ini mengambil judul **"Pengaruh *Reward*, Komunikasi Organisasi, terhadap Kepuasan Kerja pada Karyawan *Station Accessories* Samarinda."**

LANDASAN TEORI

Reward

Reward merupakan bentuk penghargaan yang diberikan organisasi kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi, prestasi, dan pencapaian kerja yang telah dilakukan. Pemberian reward bertujuan untuk meningkatkan motivasi, semangat kerja, serta mendorong karyawan agar mampu mencapai tujuan organisasi secara optimal. Menurut Hasibuan (2019), reward adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang, baik secara langsung maupun tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan. Pendapat tersebut didukung oleh Mangkunegara (2017), Rivai (2018), Armstrong dan Taylor (2020), serta Dessler (2020) yang menjelaskan bahwa sistem reward yang adil dan sesuai akan meningkatkan motivasi, kepuasan, dan kinerja karyawan. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, reward dapat diartikan sebagai bentuk penghargaan yang diberikan organisasi kepada karyawan atas kontribusi dan hasil kerja yang telah dicapai. Penelitian ini menggunakan indikator Hasibuan (2019), yaitu gaji, insentif, bonus, penghargaan, dan promosi jabatan.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian informasi, ide, maupun pesan di dalam organisasi yang bertujuan untuk menciptakan koordinasi, kerja sama, dan pencapaian tujuan organisasi secara efektif. Menurut Pace dan Faules (2018), komunikasi organisasi adalah pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Pendapat tersebut didukung oleh Robbins dan Judge (2022), Luthans (2021), Kreitner dan Kinicki (2018), serta Muhammad (2017) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif mampu meningkatkan koordinasi kerja, mengurangi konflik, membangun hubungan yang harmonis, serta meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

Berdasarkan pendapat tersebut, komunikasi organisasi adalah proses pertukaran informasi yang berlangsung dalam organisasi untuk mendukung koordinasi, pengambilan keputusan, dan pencapaian tujuan organisasi. Penelitian ini menggunakan indikator Pace dan Faules (2018), yaitu komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal.

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja merupakan sikap atau perasaan positif karyawan terhadap pekerjaannya sebagai hasil dari penilaian terhadap berbagai aspek pekerjaan yang diterimanya. Menurut Robbins dan Judge (2022), kepuasan kerja adalah perasaan positif tentang suatu pekerjaan yang dihasilkan dari evaluasi terhadap karakteristik pekerjaan tersebut. Pendapat tersebut didukung oleh Luthans (2021), Hasibuan (2019), Mangkunegara (2017), serta Sutrisno (2019) yang menjelaskan bahwa kepuasan kerja dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti penghargaan yang diterima, hubungan kerja, kondisi lingkungan kerja, kesempatan berkembang, dan karakteristik pekerjaan. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, kepuasan kerja dapat diartikan sebagai tingkat perasaan senang atau puas yang dimiliki karyawan terhadap pekerjaannya setelah membandingkan harapan dengan kondisi yang dirasakan dalam bekerja. Penelitian ini menggunakan indikator Luthans (2021), yaitu pekerjaan itu sendiri, gaji, kesempatan promosi, supervisi, dan rekan kerja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan menguji hubungan dan pengaruh antara *reward* dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan melalui analisis statistik. Penelitian asosiatif kausal bertujuan menjelaskan hubungan sebab akibat antarvariabel sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh *reward* dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja.

Penelitian dilaksanakan pada Station Accessories Samarinda, yang berlokasi di Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur. Lokasi tersebut dipilih karena sesuai dengan objek penelitian, yaitu karyawan Station Accessories Samarinda. Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan pada bulan Juli sampai dengan Agustus 2026, yang meliputi tahap persiapan penelitian, penyusunan instrumen, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data, hingga penyusunan laporan penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Station Accessories Samarinda yang masih aktif bekerja pada saat penelitian dilaksanakan. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh (sensus) apabila jumlah populasi relatif kecil sehingga seluruh anggota populasi dijadikan responden penelitian. Namun, apabila jumlah populasi lebih besar, penentuan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar 5% dan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

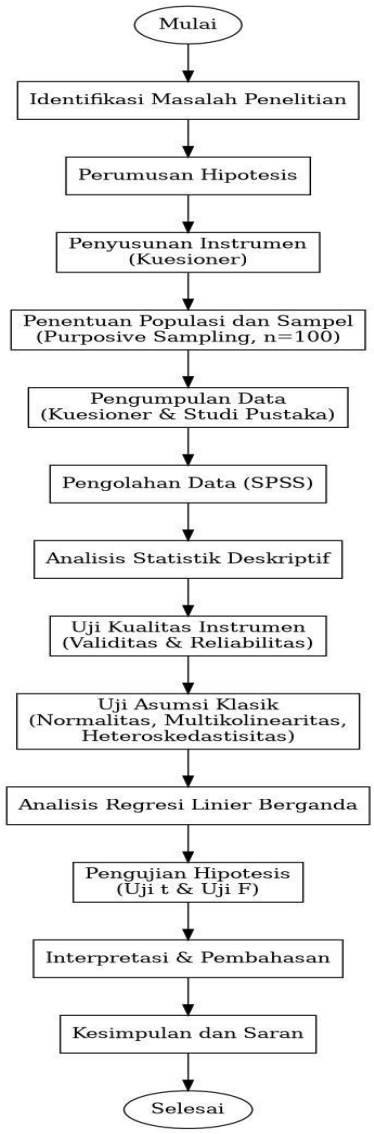
Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, laporan perusahaan, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian. Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu penyusunan instrumen penelitian berdasarkan indikator setiap variabel, uji coba instrumen apabila diperlukan, penyebaran kuesioner kepada responden, pengumpulan kembali kuesioner yang telah diisi,

pemeriksaan kelengkapan jawaban, pemberian kode (*coding*), tabulasi data, dan pengolahan data menggunakan program IBM SPSS Statistics.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yaitu skor 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju. *Reward* diukur berdasarkan indikator penghargaan finansial dan nonfinansial, pengakuan atas prestasi, insentif, bonus, serta kesempatan pengembangan karier. Komunikasi organisasi diukur melalui indikator keterbukaan komunikasi, kejelasan informasi, komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, serta umpan balik. Kepuasan kerja diukur melalui indikator kepuasan terhadap pekerjaan, kepuasan terhadap atasan, kepuasan terhadap rekan kerja, kesempatan promosi, serta kepuasan terhadap sistem penghargaan. Nilai yang diperoleh dari setiap indikator dijumlahkan untuk menggambarkan tingkat masing-masing konstruk penelitian.

Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan mampu mengukur konsep yang diteliti secara tepat dan konsisten. Selanjutnya dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden dan distribusi jawaban responden terhadap setiap indikator penelitian. Pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas dilakukan sebelum analisis regresi.

Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh *reward* dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap kepuasan kerja, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi *reward* dan komunikasi organisasi dalam menjelaskan variasi kepuasan kerja karyawan. Seluruh pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27 dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0{,}05$). Adapun *flow chart* analisis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. ***Flow Chart***

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	35	70.0
	Perempuan	15	30.0
Usia	< 20 Tahun	2	4.0
	20–25 Tahun	19	38.0
	26–30 Tahun	15	30.0
	31–35 Tahun	10	20.0
	> 35 Tahun	4	8.0
Masa Kerja	< 1 Tahun	10	20.0
	1–3 Tahun	26	52.0

	4–6 Tahun	8	16.0
	> 6 Tahun	6	12.0
Bagian/Divisi	Sales	17	34.0
	Kasir	5	10.0
	Gudang	11	22.0
	Admin	13	26.0
	Lainnya	4	8.0
Jumlah Responden		**50**	**100.0**

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik responden menunjukkan bahwa dari total 50 karyawan yang menjadi responden, mayoritas berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang (70,0%), sedangkan perempuan sebanyak 15 orang (30,0%). Berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok usia 20–25 tahun sebanyak 19 orang (38,0%), diikuti usia 26–30 tahun sebanyak 15 orang (30,0%), usia 31–35 tahun sebanyak 10 orang (20,0%), usia di atas 35 tahun sebanyak 4 orang (8,0%), dan usia di bawah 20 tahun sebanyak 2 orang (4,0%). Berdasarkan masa kerja, sebagian besar responden telah bekerja selama 1–3 tahun, yaitu sebanyak 26 orang (52,0%), disusul masa kerja kurang dari 1 tahun sebanyak 10 orang (20,0%), masa kerja 4–6 tahun sebanyak 8 orang (16,0%), dan lebih dari 6 tahun sebanyak 6 orang (12,0%). Sementara itu, berdasarkan bagian/divisi, responden paling banyak berasal dari divisi Sales sebanyak 17 orang (34,0%), diikuti Admin sebanyak 13 orang (26,0%), Gudang sebanyak 11 orang (22,0%), Kasir sebanyak 5 orang (10,0%), dan divisi lainnya sebanyak 4 orang (8,0%). Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan karyawan laki-laki, berusia produktif 20–25 tahun, memiliki masa kerja 1–3 tahun, dan bekerja pada divisi Sales.

Analisis Statistika Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022), statistika deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi atau melakukan generalisasi. Adapun hasil analisis statistika deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis Statistika Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Reward (X1)	50	8	30	19.58	6.804
Komunikasi Organisasi (X2)	50	4	15	9.96	3.493
Kepuasan Kerja (Y)	50	6	25	17.38	5.620
Valid N (listwise)	50				

Berdasarkan Tabel 2, hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh data yang dianalisis berasal dari 50 responden (Valid N = 50). Variabel Reward (X1) memiliki nilai minimum 8 dan maksimum 30, dengan rata-rata (mean) sebesar 19.58 serta standar deviasi 6.804, yang menunjukkan adanya variasi penilaian responden terhadap pemberian reward. Variabel Komunikasi Organisasi (X2) memiliki nilai minimum 4 dan maksimum 15, dengan rata-rata 9.96 dan standar deviasi 3.493, yang mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap komunikasi organisasi berada pada tingkat yang cukup baik dengan penyebaran data yang relatif rendah. Sementara itu, variabel Kepuasan Kerja (Y) memiliki nilai minimum 6 dan maksimum 25, dengan rata-rata 17.38 serta standar deviasi 5.620, yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan kerja responden cenderung cukup baik dengan tingkat variasi jawaban yang masih tergolong

moderat. Secara keseluruhan, ketiga variabel memiliki nilai rata-rata yang lebih besar daripada standar deviasinya, sehingga dapat diindikasikan bahwa data relatif homogen dan penyebaran jawaban responden tidak terlalu bervariasi.

Uji Instrumen

1. **Uji Validitas**

   Adapun hasil uji validitas dalam penelitain ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel (n=50; α=0,05)	Sig.	Keterangan
Reward (X_1)	X1.1	0.912	0.279	0.000	Valid
	X1.2	0.914	0.279	0.000	Valid
	X1.3	0.860	0.279	0.000	Valid
	X1.4	0.908	0.279	0.000	Valid
	X1.5	0.894	0.279	0.000	Valid
	X1.6	0.879	0.279	0.000	Valid
Komunikasi Organisasi (X_2)	X2.1	0.894	0.279	0.000	Valid
	X2.2	0.936	0.279	0.000	Valid
	X2.3	0.911	0.279	0.000	Valid
Kepuasan Kerja (Y)	Y1	0.882	0.279	0.000	Valid
	Y2	0.870	0.279	0.000	Valid
	Y3	0.895	0.279	0.000	Valid
	Y4	0.896	0.279	0.000	Valid
	Y5	0.891	0.279	0.000	Valid

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Reward (X_1), Komunikasi Organisasi (X_2), dan Kepuasan Kerja (Y) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung setiap item yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0.279 serta seluruh nilai signifikansi sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Pada variabel Reward, nilai r hitung berkisar antara 0.860–0.914; pada variabel Komunikasi Organisasi berkisar antara 0.894–0.936; sedangkan pada variabel Kepuasan Kerja berkisar antara 0.870–0.896. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan mampu mengukur masing-masing variabel penelitian secara tepat, sehingga layak digunakan sebagai instrumen dalam pengumpulan data dan analisis lebih lanjut.

2. **Uji Reliabilitas**

   Menurut Ghozali (2021), suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha ≥ 0,70, yang menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, instrumen yang reliabel layak digunakan sebagai alat pengumpulan data karena mampu menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Keterangan
Reward (X_1)	6	0.950	0.70	Reliabel

Komunikasi Organisasi (X_2)	3	0.900	0.70	Reliabel
Kepuasan Kerja (Y)	5	0.932	0.70	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari standar minimum 0.70, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Variabel Reward (X_1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.950, variabel Komunikasi Organisasi (X_2) sebesar 0.900, dan variabel Kepuasan Kerja (Y) sebesar 0.932. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan dalam masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dipercaya dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data karena mampu menghasilkan pengukuran yang konsisten dan andal.

Uji Asumsi Klasik

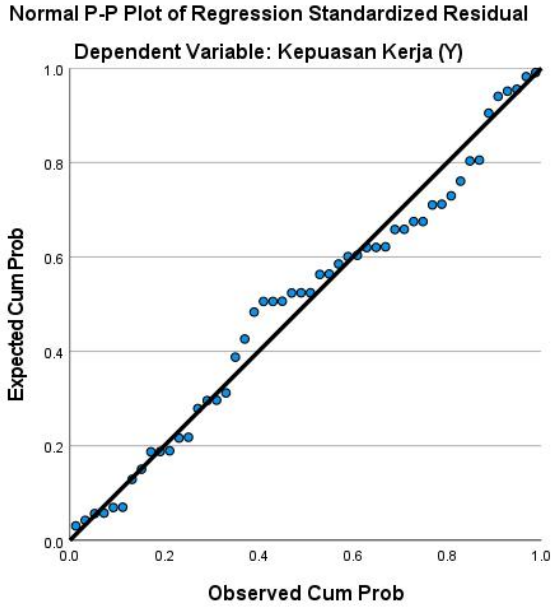
1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data atau residual dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			50
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.81358178
Most Extreme Differences	Absolute		.106
	Positive		.086
	Negative		-.106
Test Statistic			.106
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.165
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.155
		Upper Bound	.175
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.			

Berdasarkan Tabel 5, hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.200, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0.05. Oleh karena itu, data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga memenuhi salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda. Oleh karena itu, data penelitian layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya.



Gambar 1. Normal P – P Plot

Berdasarkan Gambar 1, hasil uji normalitas menggunakan *Normal P–P Plot of Regression Standardized Residual* menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Pola penyebaran tersebut tidak memperlihatkan adanya penyimpangan yang berarti dari garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi sehingga analisis regresi linear berganda dapat dilanjutkan.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan yang kuat di antara variabel independen, sehingga masing-masing variabel dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen secara jelas.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.375	1.262		2.674	.010		
	Reward (X1)	.712	.173	.862	4.124	.000	.122	8.192
	Komunikasi Organisasi (X2)	.006	.336	.004	.019	.985	.122	8.192
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)								

Berdasarkan Tabel 6, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Reward (X_1) dan Komunikasi Organisasi (X_2) masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0.122, yang lebih besar dari 0.10, serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 8.192, yang lebih kecil dari 10.00. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga

kedua variabel independen layak digunakan secara bersama-sama dalam analisis regresi linear berganda.

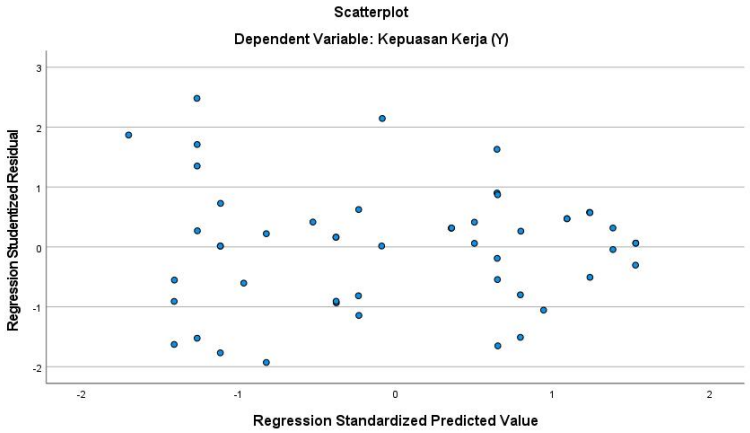
3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada setiap pengamatan. Adapun hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Heterokedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.181	.736		5.679	.000
	Reward (X1)	-.049	.101	-.188	-.489	.627
	Komunikasi Organisasi (X2)	-.107	.196	-.209	-.544	.589
a. Dependent Variable: ABSRES						

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji Glejser menunjukkan bahwa variabel Reward (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.627, sedangkan variabel Komunikasi Organisasi (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.589. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Oleh karena itu, varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas) dan model regresi memenuhi salah satu asumsi klasik untuk analisis regresi linear berganda.



Gambar 2. Scatter Plot

Berdasarkan Gambar 2, hasil uji heterokedastisitas menggunakan Scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, menyempit, maupun melebar. Pola penyebaran yang acak tersebut mengindikasikan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas sehingga layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t (uji parsial) merupakan pengujian statistik yang bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat dengan mengendalikan pengaruh variabel independen lainnya. Adapun hasil uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 8. Uji t

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.375	1.262		2.674	.010		
	Reward (X1)	.712	.173	.862	4.124	.000	.122	8.192
	Komunikasi Organisasi (X2)	.006	.336	.004	.019	.985	.122	8.192
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)								

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel Reward (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 4.124 dengan nilai signifikansi 0.000 (< 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa Reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Reward berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja diterima. Sementara itu, variabel Komunikasi Organisasi (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 0.019 dengan nilai signifikansi 0.985 (> 0.05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Komunikasi Organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Komunikasi Organisasi berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja ditolak.

2. Uji F

Uji F (uji simultan) merupakan pengujian statistik yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Uji ini digunakan untuk menguji kelayakan model regresi sekaligus mengetahui apakah variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variasi variabel terikat secara bersama-sama. Adapun hasil uji F dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1159.884	2	579.942	70.270	.000[b]
	Residual	387.896	47	8.253		
	Total	1547.780	49			
a. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)						
b. Predictors: (Constant), Komunikasi Organisasi (X2), Reward (X1)						

Berdasarkan Tabel 9, hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa model regresi memiliki nilai F hitung sebesar 70.270 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Reward (X_1) dan Komunikasi Organisasi (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Kerja (Y). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa Reward dan Komunikasi Organisasi

secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda diterima.

3. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) merupakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dalam suatu model regresi. Nilai koefisien determinasi menunjukkan proporsi perubahan pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Adapun hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866[a]	.749	.739	2.873
a. Predictors: (Constant), Komunikasi Organisasi (X2), Reward (X1)				
b. Dependent Variable: Kepuasan Kerja (Y)				

Berdasarkan Tabel 10, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0.749 atau 74.9%. Hal ini berarti bahwa variabel Reward (X_1) dan Komunikasi Organisasi (X_2) secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Kepuasan Kerja (Y) sebesar 74.9%, sedangkan sisanya sebesar 25.1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0.739 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variasi kepuasan kerja adalah sebesar 73.9%, sehingga model regresi yang digunakan memiliki kemampuan penjelasan yang baik.

Pembahasan

1. Pengaruh Reward terhadap Kepuasan Kerja pada Karyawan *Station Accessories* Samarinda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji t) yang memperoleh nilai t hitung sebesar 4.124 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) yang menyatakan bahwa reward berpengaruh terhadap kepuasan kerja diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik sistem reward yang diterapkan perusahaan, baik dalam bentuk finansial maupun nonfinansial, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan kerja yang dirasakan karyawan. Pemberian reward yang sesuai dengan kontribusi karyawan mampu meningkatkan motivasi, rasa dihargai, serta mendorong karyawan untuk bekerja lebih optimal. Ketika karyawan merasa bahwa usaha dan prestasi kerjanya mendapatkan penghargaan yang layak, mereka cenderung memiliki sikap positif terhadap pekerjaannya sehingga tingkat kepuasan kerja meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dua faktor Herzberg yang menjelaskan bahwa penghargaan (*recognition*) merupakan salah satu faktor motivator yang dapat meningkatkan kepuasan kerja. Reward menjadi bentuk apresiasi perusahaan atas

kontribusi karyawan sehingga mampu menciptakan perasaan bangga, dihargai, dan termotivasi untuk mempertahankan kinerja yang baik.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wulansari (2022) yang menyatakan bahwa reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pemberian penghargaan yang adil dan sesuai dengan kinerja mampu meningkatkan motivasi serta kepuasan kerja pegawai. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Sari dan Handoko (2023) yang menemukan bahwa sistem reward merupakan salah satu faktor yang berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan kerja karena karyawan merasa hasil kerjanya diakui oleh organisasi.

2. Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kepuasan Kerja pada Karyawan *Station Accessories* Samarinda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda. Hal ini dibuktikan dari hasil uji parsial (uji t) yang memperoleh nilai t hitung sebesar 0.019 dengan nilai signifikansi sebesar 0.985, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0.05. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja ditolak.

Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas komunikasi organisasi belum menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan kerja karyawan. Kepuasan kerja karyawan kemungkinan lebih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti sistem penghargaan, kompensasi, lingkungan kerja, peluang pengembangan karier, maupun kondisi pekerjaan itu sendiri. Meskipun komunikasi yang baik tetap penting dalam mendukung kelancaran aktivitas organisasi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi belum mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan di *Station Accessories* Samarinda.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Putri dan Kurniawan (2021) yang menemukan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karena komunikasi yang efektif dapat meningkatkan koordinasi, kejelasan informasi, dan hubungan antarpegawai. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik organisasi, budaya kerja, sistem komunikasi yang diterapkan, maupun kondisi responden yang berbeda. Dalam konteks penelitian ini, karyawan kemungkinan lebih mempertimbangkan aspek penghargaan atas hasil kerja dibandingkan kualitas komunikasi organisasi dalam membentuk kepuasan kerja.

3. Pengaruh Reward dan Komunikasi Organisasi terhadap Kepuasan Kerja pada Karyawan *Station Accessories* Samarinda

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reward dan komunikasi organisasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang memperoleh nilai F hitung sebesar 70.270 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Selain itu, hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0.749, yang berarti bahwa reward dan komunikasi organisasi secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi kepuasan kerja sebesar 74.9%, sedangkan sisanya sebesar 25.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun secara parsial komunikasi organisasi tidak berpengaruh signifikan, keberadaannya bersama dengan reward tetap memberikan

kontribusi terhadap model dalam menjelaskan kepuasan kerja. Di antara kedua variabel independen, reward merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kepuasan kerja. Hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi dan hasil uji parsial yang menunjukkan bahwa hanya reward yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Rizki dan Hidayat (2022) yang menyatakan bahwa reward dan komunikasi organisasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kombinasi sistem penghargaan yang baik dan komunikasi organisasi yang efektif dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung peningkatan kepuasan kerja. Namun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks *Station Accessories* Samarinda, faktor reward memiliki peranan yang lebih dominan dibandingkan komunikasi organisasi dalam meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh reward dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.124 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sistem reward yang diberikan perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan.
2. Komunikasi organisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda. Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 0.019 dengan nilai signifikansi sebesar 0.985 (> 0.05). Dengan demikian, komunikasi organisasi belum menjadi faktor yang secara langsung memengaruhi kepuasan kerja karyawan dalam penelitian ini.
3. Reward dan komunikasi organisasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan *Station Accessories* Samarinda. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai F hitung sebesar 70.270 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05). Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.749 menunjukkan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan variasi kepuasan kerja sebesar 74.9%, sedangkan sisanya 25.1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Oleh karena itu, reward merupakan variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan kerja karyawan *Station Accessories* Samarinda.

DAFTAR REFERENSI

Armstrong, M. (2023). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice* (16th ed.). Kogan Page.

Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Armstrong's handbook of human resource management practice* (15th ed.). Kogan Page.

Cahyanto, A., & Utama, I. W. M. (2016). Pengaruh komunikasi organisasi dan lingkungan kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT Cakra Transports Utama. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 5*(5), 2908–2937.

Dessler, G. (2020). *Human Resource Management* (16th ed.). Pearson Education.

Dessler, G. (2020). *Human resource management* (16th ed.). Pearson.

Fitry. (2025). Pengaruh *reward* terhadap kepuasan kerja aparatur sipil negara. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 9*(1), 45–57.

Gallup. (2025). *State of the Global Workplace 2025 Report*. Gallup. https://www.gallup.com/workplace/

Hasibuan, M. S. P. (2019). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi Revisi). PT Bumi Aksara.

Herzberg, F. (1968). *One more time: How do you motivate employees?* Harvard Business Review Press.

Islamiyati, I., & Al Banin, A. (2022). Pengaruh komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan PT Perkebunan Nusantara IX Kaligua. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi (JIMEA), 6*(2), 1048–1062.

Jobstreet by SEEK. (2024). *Hiring, Compensation and Benefits Report 2024*. SEEK Asia. https://www.jobstreet.co.id/

Kreitner, R., & Kinicki, A. (2018). *Organizational behavior* (11th ed.). McGraw-Hill Education.

Luthans, F. (2021). *Organizational behavior: An evidence-based approach* (14th ed.). Information Age Publishing.

Mangkunegara, A. A. A. P. (2017). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya.

Muhammad, A. (2017). *Komunikasi organisasi*. PT Bumi Aksara.

Pace, R. W., & Faules, D. F. (2018). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (D. Mulyana, Penerj.). PT Remaja Rosdakarya.

Pratama, A., & Wulansari, D. (2022). Pengaruh *reward* terhadap kepuasan kerja karyawan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, 16*(2), 120–131.

Putri, N., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen, 9*(3), 845–856.

Rivai, V. (2018). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan: Dari teori ke praktik* (3rd ed.). PT RajaGrafindo Persada.

Rizki, M., & Hidayat, R. (2022). Pengaruh *reward* dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 8*(1), 45–58.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2022). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson.

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Organizational Behavior* (19th ed.). Pearson Education.

Sari, D., & Handoko, T. (2023). Pengaruh sistem *reward* terhadap kepuasan kerja karyawan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 20*(1), 88–99.

Sutrisno, E. (2019). *Manajemen sumber daya manusia*. Prenadamedia Group.