

## Peran Insentif dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan PT. Kb Bank Tbk.

Rosinta<sup>1\*</sup>, Lingga Yuliana<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Terbuka, Indonesia

\*Korespondensi penulis: [rosintanta@gmail.com](mailto:rosintanta@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to identify the role of incentives and motivation on employee performance. This study is a qualitative descriptive study. Respondents are employees of PT.Kb Bank Tbk. The data source uses primary data. Primary data was obtained from interviews with employees of PT.Kb Bank Tbk which were conducted in November 2024. The results of the study indicate that there is an influence between incentives and motivation on employee performance at PT.Kb Bank Tbk. The managerial implications in this study are that companies must be adaptive in responding to matters related to incentives and motivation. The need for a draft regulation that can provide achievements in providing other incentives and the need for stimulus so that employees can be motivated to work such as employee gathering activities and certified training can be some options for this.*

**Keywords:** *Incentives, Performance, Employees.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peran insentif dan motivasi terhadap kinerja karyawan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Responden karyawan PT.Kb Bank Tbk. Sumber data menggunakan data primer. Data primer diperoleh dari wawancara kepada karyawan PT.Kb Bank Tbk yang dilaksanakan pada bulan November 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara insentif dan motivasi terhadap kinerja karyawan di PT.Kb Bank Tbk. Implikasi manajerial dalam penelitian ini yaitu perusahaan harus adaptif menyikapi hal yang berkaitan dengan insentif serta motivasi. Perlunya rancangan aturan yang dapat memberikan prestasi dalam pemberian insentif lain serta perlunya stimulus agar karyawan dapat termotivasi dalam bekerja seperti kegiatan employee gathering serta pelatihan tersertifikasi dapat menjadi beberapa opsi untuk hal tersebut.

**Kata Kunci:** Insentif, Kinerja, Karyawan.

### 1. LATAR BELAKANG

Setiap perusahaan membutuhkan karyawan sebagai sumber daya manusia yang mempunyai peran penting sebagai penunjang kelancara tugas dalam suatu perusahaan. sebagai sumber daya manusia, maka dari itu karyawan merupakan aset terpenting dibandingkan faktor produksi lainnya, karena karyawan adalah penggerak utama berjalannya sebuah perusahaan. Menurut John (2024), Sumber Daya Manusia adalah cara paling umum untuk memperoleh, menyiapkan, menilai dan memberi upah untuk pekerja, dan menangani hubungan kerja, kesejahteraan dan keamanan, serta masalah kesopanan. Menurut Martínez-Falcó et al., (2024), sangat penting bagi bisnis untuk membimbing, mengarahkan, dan mempekerjakan karyawan agar mereka dapat bekerja secara produktif menuju tujuan manajemen SDM perusahaan. Menurut Marquardt & Kearsley (2024), kinerja adalah komponen penting dari perkembangan perusahaan semakin meningkat kinerja karyawan, semakin penting bagi pertumbuhan bisnis dan semakin meningkat kinerja karyawan, semakin cepat tujuan perusahaan tercapai.

Pada umumnya menurut Esposito & Ferrante (2024) insentif diberikan sebagai pemacu produktivitas dan efisiensi perusahaan dengan memanfaatkan kinerja karyawan yang memiliki kinerja tidak optimal. Oleh karenanya adanya pemberian insentif harapannya adalah karyawan dapat bekerja dengan baik untuk perusahaannya. Pemberian insentifnya diharuskan diperhatikan oleh setiap perusahaannya. Semangat tidaknya karyawan dapat dipengaruhi dari besar kecilnya insentif yang diperoleh. Jika insentif yang diterima tidak sesuai pengorbanannya dalam bekerja maka karyawan akan tidak bersemangat dan malas, akhirnya berdampak pada semangat kerja yang menurun dan melakukan pekerjaan dengan semauanya tanpa ada kepuasan kerja yang memadai.

Di dalam setiap diri karyawan, terdapat berbagai perilaku yang diiringi dengan berbagai kebutuhan yang ingin diwujudkan. Dalam upaya mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan, kinerja karyawan sangat dibutuhkan. Ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi kinerja tersebut diantaranya adalah insentif dan motivasi. Insentif biasanya berupa finansial maupun non finansial, yang dapat menjadi dorongan langsung bagi karyawan untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja dalam perusahaan. Faktor motivasi biasanya bersifat psikologis memainkan peran penting dalam membangun sebuah komitmen dan semangat kerja yang tinggi. Motivasi merupakan proses dimana kebutuhan-kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan serangkaian kegiatan yang mengarah tercapainya tujuan tertentu (Sihite *et al.*, 2024).

Menurut Sanjaya & Febrian (2024) Setiap organisasi menuntut keunggulan dari pekerjanya. Melalui ulasan kinerja, seseorang dapat belajar tentang kinerja karyawan. Jika kinerja seorang karyawan dibandingkan dengan tolok ukur penilaian kinerja organisasi, dimungkinkan untuk menentukan apakah mereka dapat bekerja dengan sukses atau tidak dari hasil evaluasi kinerja mereka. Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran insentif dan motivasi terhadap kinerja karyawan, serta untuk memberikan rekomendasi bagi organisasi dalam merancang sistem insentif dan strategi motivasi yang lebih efektif.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Insentif**

Insentif dikemukakan Ampong (2024) merupakan wujud pemberian kompensasi secara langsung yang dihubungkan oleh tingkat kinerja karyawan. Jenis kompensasi lainnya setiap perusahaan memberikan secara berbeda yakni sebagai tunjangan serta peningkatan kesejahteraan karyawan berdasarkan tingkat kerjanya (Sharma & Sharma, 2024). Pemberian

insentif finansial sangatlah berarti serta bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan karyawan dan keluarganya (Ranta & Ylinen, 2024).

Melalui kebijakan pemberian sistem insentif, sistem pemberian kompensasi diharapkan mampu menciptakan hubungan timbal balik dimana karyawannya memperoleh keadilan berupa pemberian kompensasi yang bisa meningkatkan produktivitas dan motivasi kinerjanya, sedangkan untuk perusahaannya akan meningkatkan produktivitas usahanya. Oleh sebab itu apabila karyawannya memandang insentif finansialnya tidak memadai, serta motivasi karyawannya dapat menurun. Sebaliknya dikarenakan insentif finansial dapat meningkatkan semangat kerja karyawannya, atau sebagai pemacu motivasi kerja untuk karyawannya supaya bersedia melakukan pekerjaannya serta meningkatkan kinerjanya. Supaya efektif, sistem penghargaan perusahaannya sebaiknya menyediakan tiga hal diantaranya, tingkat penghargaannya cukup memenuhi kebutuhan dasarnya, keadilan dengan pasar kerja eksternal, keadilan di perusahaan perilaku individu/ perusahaan terkait kebutuhannya.

## **Motivasi**

Motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan (Reeve, 2024). Dalam kehidupan berorganisasi, termasuk kehidupan berkarya dalam organisasi bisnis, aspek motivasi kerja mutlak mendapat perhatian serius dari para manajer (Boselie, & van der Heijden, 2024). Motivasi dikemukakan Dawson *et al.*, (2024), merupakan cara untuk memanfaatkan atau mempekerjakan pegawai yang memberikan manfaat kepada organisasi. Dengan adanya motivasi dimaksudkan pemberian stimulan kepada karyawan agar bekerja dengan segala daya dan upaya.

Menurut Al-refaei *et al.*, (2024), karyawan yang termotivasi umumnya cenderung lebih berkomitmen dalam tugas-tugas mereka. dan begitu juga sebaliknya bagi karyawan yang kurang termotivasi mungkin akan merasa tidak terlibat atau tidak puas yang akan berdampak negatif pada pekerjaan mereka. Perusahaan perlu menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, memberikan penghargaan atas pencapaian tingkat kinerja karyawan dalam perusahaan (Marrucci *et al.*, 2024).

## **Kinerja Karyawan**

Pandangan lain adalah bahwa penulis yang menganggap bahwa pengukuran kinerja muncul selama revolusi industri (Yuliana *et al.*, 2016). Entah cara kita dapat mengatakan dengan pasti bahwa manajemen kinerja muncul sebagai daerah penelitian yang dominan di awal 50-an, ketika akademisi dan praktisi memiliki ketertarikan pada kebutuhan untuk

mengukur kinerja dan pengukuran konsekuensi. Keberhasilan suatu perusahaan menurut Latifah *et al.*, (2024) dapat dicapai dengan meningkatkan kinerja karyawan. Kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh sekelompok orang dalam satu organisasi dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam rangka mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum, dan sesuai dengan moral maupun etika (Lee *et al.*, 2024; Khairy & Elzek, 2024).

Kinerja karyawan merujuk sejauh mana seorang karyawan mampu melaksanakan tugas dan tanggungjawab yang diberikan organisasi serta hasil yang dicapai dalam pencapaian pekerjaan tersebut. dan kinerja karyawan biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah faktor eksternal dan faktor internal (Indrayani *et al.*, 2024). Maka dari itu menurut Liaquau *et al.*, (2024), perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang baik bagi perusahaan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Proses penelitian dikemukakan Ningsih *et al.*, (2023) serta Slamet & Yuliana (2024) dimulai dengan pengumpulan data penelitian, yang kemudian dilengkapi melalui penggunaan referensi pendukung dan wawancara dengan dua responden. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Yuliana (2024) dan Wati *et al.*, (2024) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang sifatnya deskriptif dan sering kali menggunakan analisis. Penelitian deskriptif kualitatif ini mengandalkan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data lapangan (Sugiyono, 2019; Fatharani & Yuliana, 2024; Simbolon *et al.*, 2024). *Purposive sampling*, menjadi teknik pengambilan sampel di mana pendekatan didasarkan pada karakteristik populasi yang ada, adalah strategi sampel yang digunakan dalam penelitian ini (Yuliana *et al.*, 2023; Alfian *et al.*, 2024; Hamdani & Yuliana, 2024). Responden dalam penelitian adalah karyawan yang bekerja di PT. Kb Bank Tbk yang berada diposisi divisi pemasaran di perusahaan tersebut. Sumber data menggunakan data primer. Data primer diperoleh dari wawancara kepada karyawan PT Kb Bank Tbk yang dilaksanakan pada bulan November 2024.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Responden mengungkapkan dengan adanya insentif akan dapat meningkatkan kinerjanya dan juga memberikan dorongan untuk lebih fokus dalam bekerja. Biasanya perusahaan memberikan bonus apabila responden memenuhi target perusahaan. Dengan adanya insentif juga membuat karyawan merasa dihargai dengan hasil kerja kerasnya dalam

meningkatkan produktivitas perusahaan. Namun efektivitasnya tergantung pada kejelasan tujuan, keadilan dalam pemberian dan relevansi dengan kebutuhan karyawan. Menurut responden, pemberian insentif yang di berikan oleh perusahaan sudah cukup dan sesuai dengan kinerja yang dicapai. Karyawan menerima insentif yang memadai karena telah melampaui batas ekspektasi target. dan seperti biasanya insentif yang diberikan berupa bonus dan penghargaan lainnya. Hal ini tergantung pada kebijakan perusahaan. Karena insentif yang sesuai harus mencerminkan kontribusi nyata karyawan terhadap pencapaian tujuan organisasi.

Pemberian insentif biasanya diberikan baik secara finansial maupun non finansial, menurut responden insentif yang paling efektif secara finansial adalah insentif berupa tunjangan, karena dengan ini sangat penting untuk memberikan motivasi langsung dan nyata bagi karyawan yang telah meningkatkan kinerja mereka. Untuk pemberian insentif non finansial adalah dengan memberikan penghargaan dan kenaikan pangkat dengan demikian akan menambah semangat kerja karyawan dan agar lebih termotivasi lagi untuk membangun perusahaan yang lebih maju. Jadi pemberian insentif ini di berikan secara seimbang akan meningkatkan efektifitas dalam kinerja karyawan.

Pada dasarnya insentif dan motivasi saling berhubungan dalam sebuah pekerjaan, namun mereka juga memiliki perbedaan, insentif berupa penghargaan, hadiah, bonus sedangkan motivasi adalah bersifat internal. Yaitu keinginan dalam diri karyawan untuk mencapai tujuan dalam melakukan tugas tertentu. Motivasi yang didapatkan dari karyawan adalah sikap selalu menyemangati dan memberi dukungan baik untuk melakukan pekerjaan. terutama dalam mencapai target perusahaan.

Karyawan yang telah mencapai target perusahaan biasanya mendapatkan insentif berupa bonus dan kenaikan pangkat dan tunjangan, serta hadiah kecil, tetapi menurut responden jarang karyawan yang mendapatkan insentif berupa kenaikan pangkat, tetapi untuk bonus berupa uang dan hadiah kecil serta juga tunjangan, untuk bonus kinerja biasanya karena telah mencapai target bulanan maupun tahunan. adapun insentif berupa penghargaan sertifikat untuk kategori karyawan berprestasi. Selain itu juga biasanya karyawan akan mendapat kesempatan untuk mengikuti seminar atau pelatihan guna meningkatkan keterampilan dan kinerja karyawan tersebut. agar dapat termotivasi untuk terus bekerja keras bagi perusahaan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, disimpulkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh insentif serta motivasi. Implikasi manajerial dalam penelitian ini yaitu perusahaan harus adaptif menyikapi hal yang berkaitan dengan insentif serta motivasi.

Perlunya rancangan aturan yang dapat memberikan prestasi dalam pemberian insentif lain serta perlunya stimulus agar karyawan dapat termotivasi dalam bekerja seperti kegiatan *employee gathering* serta pelatihan tersertifikasi dapat menjadi beberapa opsi untuk hal tersebut. Penelitian ini memiliki keterbatasan, saran untuk penelitian selanjutnya yaitu melakukan pengujian dengan menggunakan variabel kompensasi, kompetensi dan kepuasan kerja untuk menguji korelasinya dengan kinerja karyawan.

## DAFTAR REFERENSI

- Al-refaei, A. A. A., Ali, H. B. M., Ateeq, A., Ibrahim, A., Ibrahim, S., Alzoraiki, M., ... & Beshr, B. (2024). Unveiling the role of job involvement as a mediator in the linkage between academics' job satisfaction and service quality. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2386463.
- Alfian, R., Nugroho, W. F., & Yuliana, L. (2024). Analysis of Brand Awareness, Brand Loyalty and Brand Reputation on Purchase Decisions. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 11(1), 63-74.
- Ambiyah, D., Putri, M. I., & Yuliana, L. (2024). Analisis Reputasi Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Merek iPhone. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 1723-1737.
- Ampong, I. (2024). Assessing the effect of employee welfare and compensation on organizational performance: a case of Sahel Sahara Bank Ghana limited. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2315690.
- Astri, A. K., Masyuhur, A. K., & Yuliana, L. (2024). Analisis Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Somethinc. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 1710-1722.
- Bali, K., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Periodisasi Terhadap Kualitas Pelayanan Kenaikan Pangkat Pegawai Negeri Sipil. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(4), 71-79.
- Boselie, P., & van der Heijden, B. (2024). *Strategic human resource management: A balanced approach*. McGraw Hill.
- Dawson, N. E., Parker, S. L., & Okimoto, T. G. (2024). Profiles of diversity and inclusion motivation: Toward an employee-centered understanding of why employees put effort into inclusion and exclusion. *Human Resource Management*, 63(1), 45-66.
- Esposito, P., & Ferrante, F. (2024). Control freaks or good parents? Entrepreneurial motivation and firms' innovative performance. *Economia Politica*, 1-31.
- Fatharani, N. A., & Yuliana, L. (2024). Analisis Strategi Marketing 4c Pada Bogor Permai Bakery. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 830-839.
- Hamdani, R., & Yuliana, L. (2024). The Impact of Brand Credibility on The Brand Reputation of Teh Botol Sosro Brand. *Journal of Applied Business Administration*, 8(1), 110-117.

- Indrayani, I., Nurhatsiyah, N., Damsar, D., & Wibisono, C. (2024). How does millennial employee job satisfaction affect performance?. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 14(1), 22-40.
- John, T. C. (2024). *The Essential Ideas behind Effective Management of Human Resources*. Scientific Research Publishing, Inc. USA.
- Justiana, S., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Produk Mother Of Pearl. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 150-158.
- Khairy, H. A., & Elzek, Y. (2024). The impact of nepotism and workplace gossip on job performance in travel agencies and hotels in Egypt: the moderating role of organizational justice. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 23(1), 52-75.
- Khoiroh, A., Elvira, D., & Yuliana, L. (2023). Pengaruh Brand Signature Dan Brand Logo Terhadap Brand Reputation. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 629-638.
- Latifah, I. N., Suhendra, A. A., & Mufidah, I. (2024). Factors affecting job satisfaction and employee performance: a case study in an Indonesian sharia property companies. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 73(3), 719-748.
- Lee, M. C. C., Sim, B. Y. H., & Tuckey, M. R. (2024). Comparing effects of toxic leadership and team social support on job insecurity, role ambiguity, work engagement, and job performance: A multilevel mediational perspective. *Asia Pacific Management Review*, 29(1), 115-126.
- Liaquat, M., Ahmed, G., Ismail, H., Ain, Q. U., Irshad, S., Izhar, S. S., & Mughal, M. T. (2024). Impact of motivational factors and green behaviors on employee environmental performance. *Research in Globalization*, 8, 100180.
- Marianti, S., Dharma, T. A., & Yuliana, L. (2023). Pengaruh Brand Familiarity Terhadap Brand Credibility. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 529-537.
- Marquardt, M. J., & Kearsley, G. (2024). *Technology-based learning: Maximizing human performance and corporate success*. CRC Press.
- Marrucci, L., Daddi, T., & Iraldo, F. (2024). Creating environmental performance indicators to assess corporate sustainability and reward employees. *Ecological Indicators*, 158, 111489.
- Martínez-Falcó, J., Sánchez-García, E., Marco-Lajara, B., & Millán-Tudela, L. A. (2024). Enhancing employee wellbeing and happiness management in the wine industry: unveiling the role of green human resource management. *BMC psychology*, 12(1), 203.
- Melani, E., & Yuliana, L. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Sandal Era Digital: Studi Kasus Juan Jaya Sandals. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(4), 27-38.
- Mustikasari, M., Rusfianti, S., & Yuliana, L. (2022). Pengaruh Brand Signature Dan Brand Familiarity Terhadap Brand Attitude. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 41-50.
- Nazara, D. J., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Disiplin dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja

- Karyawan pada PT. Yuan Wira Perdana. *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(6), 22-30
- Ningsih, T. R. W. S., Mulyati, A., & Yuliana, L. (2023). Analisa Dampak Promosi Below The Line Terhadap Keputusan Pembelian Sektor Elektrikal. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 547-556.
- Nugroho, W. F., Yuliana, L., Alfian, R., & Perkasa, D. H. (2024). Langkah Unggul Ke Arah Digital: Studi Kasus Kantin Kalibata Sebagai Pelatihan UMKM di Era Digital. *Jurnal Pelayanan Masyarakat*, 1(3), 146-154.
- Ramadhani, S., & Yuliana, L. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Mobil Listrik Mercedes-Benz EQS. *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (JOBS)*, 4(1), 35–44. <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i1.3614>
- Ranta, M., & Ylinen, M. (2024). Employee benefits and company performance: Evidence from a high-dimensional machine learning model. *Management Accounting Research*, 64, 100876.
- Reeve, J. (2024). *Understanding motivation and emotion*. John Wiley & Sons.
- Riyanto, M. G., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Biaya Produksi dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani Jagung Desa Sugihwaras. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(4), 80-88.
- Saksono, A. S., & Yuliana, L. (2024). An analysis of the Bango Soy Sauce Brand's Reputation and Performance. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 2093-2103.
- Sanjaya, V., & Febrian, W. D. (2024). Pengaruh disiplin kerja, lingkungan kerja non fisik dan gaya kepemimpinan otoriter terhadap kinerja karyawan (Studi Kasus Pada Koperasi Karyawan Cardig International Group). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 6(1).
- Saputri, K. D., Safriyanti, F., & Yuliana, L. (2024). The impact of brand familiarity on brand credibility and perceived quality of brands Marhen. J : an empirical analysis. *Jurnal Ekonomi*, 13(1), 1885–1892.
- Saputri, R. Z., Putra, M. F. R., & Yuliana, L. (2024). Analysis of Brand Credibility and Brand Reputation on Brand Performance. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), Article 01.
- Sharma, R. C., & Sharma, S. (2024). *Compensation and Reward Management: Wage and Salary Administration and Benefits*. Taylor & Francis.
- Sherlyta, Y., Putri, S. P., & Yuliana, L. (2024). Pengaruh Brand Signature terhadap Brand Performance. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 303–311.
- Sihite, M., Perkasa, D. H., Magito, M., Yuliana, L., & Dwianto, A. S. (2024). Kinerja Karyawan: Peran Motivasi Kerja, Kepuasan Kerja Dan Fleksibilitas Kerja: Studi Kasus Driver Grab Di Jakarta Timur. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 2164-2176.
- Simbolon, H., Pratama, R. R., & Yuliana, L. (2024). The Influence of Brand Signature and Brand Reputation on Brand Performance. *Journal of Applied Business Administration*, 8(2), 415-425.



- Slamet, F. A., & Yuliana, L. (2024). The Impact of Brand Hate and Negative E-WOM on Non Purchase Intention (Case Study on American Food). *Journal of Applied Business Administration*, 8(2), 311-323.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung (ID) : Alfabeta.
- Utoyo, G. N. P. M., Mustofa, K. A., & Yuliana, L. (2023). Kualitas Pelayanan Difabis Coffe & Tea Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Cahaya Mandalika ISSN 2721-4796 (online)*, 4(2), 834-843.
- Wati, P., Aditiaga, Z., & Yuliana, L. (2024). Implementation of social media marketing in the florist business. *Jurnal Ekonomi*, 13(01), 1915-1924.
- Yanuari, L., Perkasa, D. H., Magito, M., Yuliana, L., & Ramadhan, A. R. (2024). Mempredikasi Turnover Intention: Peran Gaya Kepemimpinan, Kepuasan Kerja Dan Kompensasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(2), 2064-2075.
- Yuliana, L., Antonius, W. S., & Purwoko, B. (2016). Analisis Strategi Korporat Pengetahuan Aset dan Opini Pakar Terhadap Kinerja Perusahaan Terbuka. *Ekobisman: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*, 1(2), 122-142.
- Yuliana, L., Trigani, I., & Putri, W. A. (2021). Analisis Manajemen Perubahan Terhadap Kinerja Organisasi Pada PT Solusi Bangun Indonesia Tbk. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 47-56.
- Yuliana, L. (2022). Analisis Advokasi Merek Terhadap Minat Pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(2), 161-170.
- Yuliana, L. (2022). Pemanfaatan Manajemen Krisis Terhadap Brand Awareness. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 6(2), 95-101.
- Yuliana, L. (2022). Potensi Gerakan Anti Food Waste Dalam Penguatan Perekonomian UMKM. *Efektor*, 9(2), 286-295.
- Yuliana, L. (2023). Peran Key Opinion Leader Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan*, 7(2), 169-180.
- Yuliana, L., Apriyana, N., & Fadillah, M. A. (2023). Analisis Brand Signature dan Brand Logo Terhadap Brand Performance. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 98-104.
- Yuliana, L., Setiawan, H. A., & Irawan, S. (2023). The Impact of Brand Credibility and Brand Reputation on Brand Performance: An Empirical Analysis. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 195-204.
- Yuliana, L., Apriyana, N., Perkasa, D. H., Waty, S. S., Masnia, M., Pratama, A., & Maria, N. T. (2024). Brand Reputation on Brand Performance in Surplus Indonesia. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 8(2), 109-116.
- Yuliana, L. (2024). Comfort Food as Consumer Preference in Purchasing Decisions. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 8(1), 22-27.