

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian PT. Ody Lestari Advertising

Sebuah industri periklanan tetap akan memiliki daya tarik tersendiri dibanding industri lain. Seolah tak pernah lekang digerus dinamika perekonomian nasional yang pasang surut, industri ini justru menunjukkan kontribusi yang cukup berarti bagi pertumbuhan ekonomi negeri ini. Setiap tahun pertumbuhan belanja iklan nasional terus mengalami peningkatan yang signifikan, khususnya setelah badai krisis ekonomi yang mengguncang Indonesia pada tahun 1998 yang lalu.

Lajunya peningkatan belanja iklan di Indonesia ini secara langsung juga memberikan gambaran betapa negeri kepulauan ini sesungguhnya merupakan pasar potensial bagi produk-produk lokal dan juga multi nasional. Dengan jumlah penduduk sekitar 235 juta jiwa, maka tidak heran jika angka ini merupakan target empuk kalangan produsen dalam mempromosikan produk-produk mereka. Dibalik potensi yang besar itulah. Ada sebuah kekuatan yang mampu menggerakkan pertumbuhan belanja iklan itu sendiri, yakni agency-agency periklanan nasional daerah.

Kebersihan gelaran Festival Advertising Phinastika di Surabaya tahun 2005 yang lalu memberikan sebuah pemikiran bahwa agensi daerah mulai menunjukkan ekstensinya terhadap laju pertumbuhan periklanan Nasional.

Menyikapi fenomena tersebut PT.ODY LESTARI yang lahir pada tahun 1999 sebagai salah satu perusahaan periklanan daerah yang berbasis di Sumatra

Utara, tepatnya dikota Medan , merupakan perusahaan yang tumbuh dengan tekad kebersamaan dan profesionalisme yang tinggi untuk memberikan ide, konsep dan aktualisasi dalam menjalin kerja sama dengan kliennya yang pada akhirnya secara tidak langsung memberikan nilai positif terhadap laju pertumbuhan periklanan nasional pada umumnya dan periklanan daerah pada khususnya.

Nama Perusahaan : PT.ODY LESTARI ADVERTISING

SIUP : 105/02.13/PM/VII/2007

Alamat : Jl.Selamat No.40 A Simp.Limun – Medan

SITU : 2863/WAS/VI/2007

TDP : 02.12.151.11104

Bidang Usaha : - Periklanan -Pengadaan Barang dan Jasa

TDR : No.537/vi/pp/2000

4.1.1.1 Visi dan Misi PT. Ody Lestari Advertising

1) Visi PT. Ody Lestari Advertising

Adapun yang menjadi visi dari PT. Ody Lestari adalah : “Dengan didukung oleh tenaga-tenaga muda yang memiliki integritas dan dedikasi yang tinggi dalam penguasaan indoor maupun outdoor maka komitmen kami adalah memberikan pelayanan dan kerjasama yang baik kepada setiap klien”.

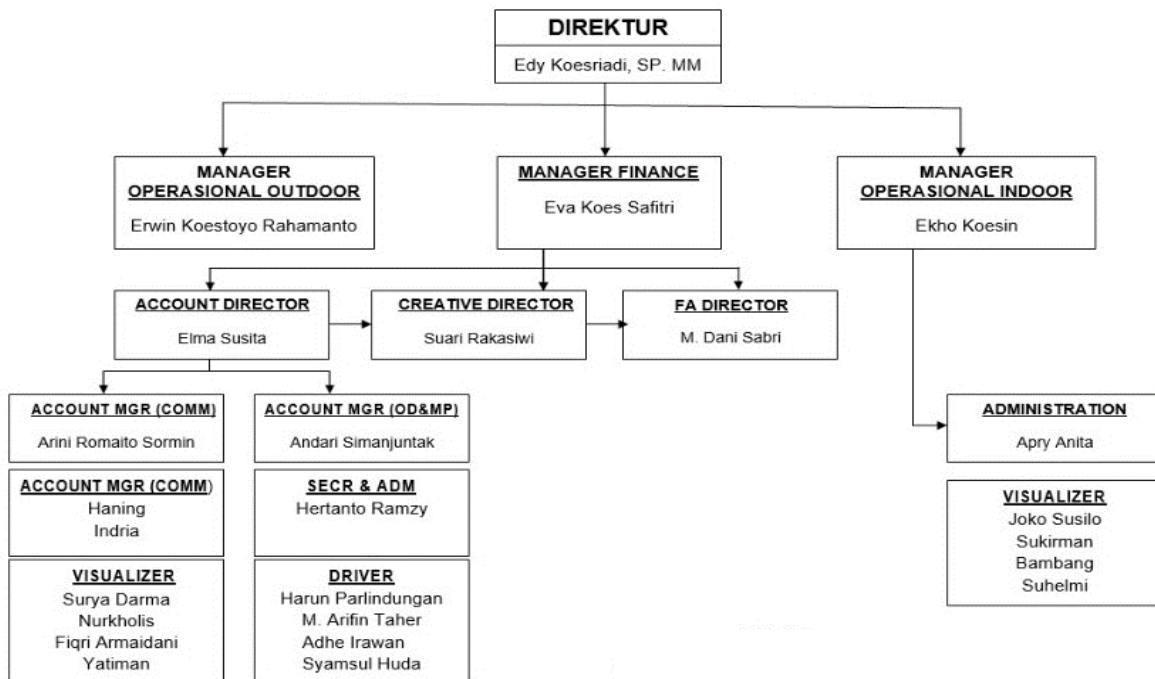
2) Misi PT. Ody Lestari Advertising

Arahan secara garis besar untuk dapat mewujudkan visi perusahaan dituangkan dalam misi perusahaan, yaitu :

“Bekerja secara professional dalam menangani setiap pekerjaan. Semangat kebersamaan, kegigihan, kecepatan dan ketepatan didalam bekerja merupakan kekuatan utama kami”.

4.1.1.2 Struktur Organisasi PT. Ody Lestari Advertising

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian maupun posisi yang terddapat pada sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasionalnya dengan maksud mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Berikut ini struktur organisasi dari PT. Ody Lestari



Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT. Ody Lestari Advertising

Dari bagan struktur organisasi diatas dapat dilihat bahwa di dalam kegiatan operasionalnya PT. Ody Lestari telah terbagi menjadi beberapa divisi dimana pada masing-masing divisi memiliki kewajiban dan tanggung jawab berbeda, sehingga dengan adanya struktur organisasi yang telah dibentuk ini pembagian *job description* dari masing-masing divisi ditentukan oleh perusahaan

sebagai berikut :

1. Direktur

- 1) Memberi arahan kepada seluruh tim tentang kemana dan bagaimana perusahaan akan bergerak setiap tahun.
- 2) Memberikan strategi untuk mencapai visi dan misi yang direncanakan.
- 3) Memberikan solusi akhir terhadap semua permasalahan di perusahaan.
- 4) Melakukan control terhadap kinerja seluruh tim dalam perusahaan.
- 5) Menerima laporan dari manajer operasional terkait seluruh aktivitas dari tiap divisi dalam perusahaan.

2. Manajer Operasional

- 1) Membantu direktur dalam mengatur dan mengontrol kerja seluruh divisi dalam perusahaan.
- 2) Melakukan perhiungan RAB seluruh proyek dalam perusahaan
- 3) Melakukan pengawasan terhadap kinerja tim produksi (workshop)
- 4) Bertanggung jawab terhadap kualitas dan proses kerja seluruh tim produksi.
- 5) Memberikan laporan mingguan dan bulanan kepada direktur terkait seluruh aktivitas dari tiap divisi dalam perusahaan

3. Manajer Finance

- 1) Membantu dalam menjalankan proses administrasi dan pengarsipan seluruh database costumer yang diperlukan.
- 2) Membuat confirmation order, setelah mendapat konfirmasi penjualan dari tim marketing, serta melakukan follow-up penyelesaian administrasi yang diperlukan costumer.

- 3) Membuat laporan keuangan dan bertanggung jawab terhadap seluruh arus uang masuk dan keluar.
- 4) Membuat laporan pajak.
- 5) Melakukan cost control dan memberikan advice kepada direktur

2. *Account director, Creative director, & FA director*

- 1) Berkoordinasi dengan manager operasional terkait seluruh proyek yang dijalankan perusahaan.
- 2) Melakukan pengawasan dan control terhadap seluruh pekerja (*handyman*) dalam proyek.
- 3) Melakukan tugas survey lokasi apabila dibutuhkan.
- 4) Melakukan update berbagai harga material pokok.

3. Visualizer

- 1) Menjalankan proses desain materi visual yang dibutuhkan sesuai dengan tenggang waktu yang ditetapkan.

4. HRD & Legal

- 1) Melakukan control terhadap kinerja dan attitude seluruh karyawan dalam perusahaan.
- 2) Membuat penilaian kinerja seluruh perusahaan tiap bulan, 6 bulan dan tiap tahun dan memberikan laporan kepada manager operasional.
- 3) Membuat aktivitas yang berkaitan dengan peningkatan motivasi dan semangat kerja seluruh karyawan, serta melakukan evaluasi terkait dampaknya bagi perusahaan.
- 4) Mengurus seluruh proses legalitas yang diperlukan, serta membuat berbagai surat kontrak kerjasama kepada pihak ketiga.

1.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dibahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan dan bagian. Penelitian ini dilakukan peneliti yaitu bulan April 2023 sampai dengan September 2023 dengan jumlah sampel 60 responden yang didapat melalui perhitungan menggunakan sampel jenuh, penelitian ini dilakukan di PT Ody Lestari Advertising yang berlokasi di Jl. Selamat Ujung No. 40 Sitirejo III, Kecamatan Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara 20212.

4.1.2.1 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Umur Responden

Untuk hasil uji berdasarkan umur responden dengan jumlah sampel penelitian yakni berjumlah sebanyak 60 responden sebagai berikut.

Tabel 4.1
Berdasarkan Umur Responden

Umur Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-31 tahun	25	41.7	41.7	41.7
	32-41 tahun	14	23.3	23.3	65.0
	42-51 tahun	13	21.7	21.7	86.7
	> 52 tahun	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji diatas dapat disimpulkan bahwa umur responden yang paling dominan adalah 21-31 tahun hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah usia tersebut adalah usia yang masing sangat produktif dalam bekerja, oleh sebab

itu pihak perusahaan lebih mengutamakan umur tersebut yang jauh lebih muda sehingga nantinya tidak sulit pihak perusahaan dalam memberikan pengarahan.

4.1.2.2 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk hasil uji berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah sampel penelitian yakni berjumlah sebanyak 60 responden sebagai berikut.

Tabel 4.2
Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	29	48.3	48.3	48.3
	Perempuan	31	51.7	51.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil uji berdasarkan dapat disimpulkan bahwa responden yang dominan adalah yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah responden 31 responden (51,7%) hal ini dapat disimpulkan karena posisi bagian perempuan yang paling dominan yang terdapat di PT. Ody Lestari Advertising.

4.1.2.3 Deskripsi Karakteristik Berdasarkan Lama Bekerja

Untuk hasil uji berdasarkan lama bekerja dengan jumlah sampel penelitian yakni berjumlah sebanyak 60 responden sebagai berikut.

Tabel 4.3
Berdasarkan Lama Bekerja

		Lama Bekerja			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 tahun	43	71.7	71.7	71.7
	6-10 tahun	12	20.0	20.0	91.7
	> 20 tahun	5	8.3	8.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber: Data Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengujian diatas yakni berdasarkan lama bekerja responden yang paling dominan adalah karyawan yang paling lama yakni bekerja antar 1-5 tahun. Hal ini dapat disimpulkan bahwa untuk periode bekerja dari karyawan diatas rata-rata telah memiliki pengalaman bekerja rata-rata 1- 5 tahun lamanya.

1.1.4 Hasil Uji Statistik Variabel

4.1.4.1 Hasil Uji Statitik Deskriptif Pengalaman Kerja (X1)

Berikut ini peneliti akan menyajikan data tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari kuesioner yang peneliti sebarakan. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Analisis Variabel Pengalaman Kerja

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Rata-rata karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising lebih dari 10 tahun.	2	3,3%	34	24,3%	10	16,7%	8	13,3%	6	10%
Semua karyawan yang menjadi bagian dari PT. Ody Lestari Advertising memiliki kemampuan dan keterampilan yang mumpuni.	0	0	22	36,7%	18	30%	7	11,7%	13	21,7%
Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising menguasai semua bidang yang terdapat di perusahaan.	0	0	15	25%	16	26,7%	12	20%	17	28,3%
Setiap karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki kemampuan menguasai segala peralatan kerja.	0	0	33	55%	6	10%	9	15%	12	20%
Setiap karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari	0	0	24	40%	18	30%	8	13,3%	10	16,7%

Advertising memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda.										
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengujian uji statistik deskriptif diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Rata-rata karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising lebih dari 10 tahun”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 34 responden (24,3%). Dalam hal ini berarti tidak semua karyawan mempunyai periode bekerja lebih dari 10 tahun melainkan sebanyak 1- 5 tahun lamanya, hal ini dikarenakan para pekerja rata-rata masih tergolong pekerja baru.
2. Semua karyawan yang menjadi bagian dari PT. Ody Lestari Advertising memiliki kemampuan dan keterampilan yang mumpuni”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 22 responden (36,7%). Hal ini berarti tidak semua karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki kemampuan yang mumpuni, masih banyak dari para pekerja yang tidak sama sekali memiliki kemampuan ketika dalam bekerja.
3. Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising menguasai semua bidang yang terdapat di perusahaan”. Responden yang paling dominan menjawab sangat setuju yakni sebanyak 17 responden (28,3%). Dalam hal ini dinyatakan bahwa seluruh pekerja yang mempunyai posisi yang menggunakan alat mesin mampu menguasai bidang yang ia tekuni yang artinya setiap posisi yang karyawan kerjakan selalu dikerjakan dengan baik dan benar.

4. Setiap karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki kemampuan menguasai segala peralatan kerja”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 33 responden (55%). Hal ini berarti tidak semua karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki kemampuan menguasai segala peralatan yang terdapat di dalam perusahaan karena tidak semua pekerja berposisi menggunakan peralatan kerja.
5. Setiap karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 24 responden (40%). Hal ini berarti setiap karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki tanggung jawab yang sama, yakni sama-sama menjalankan kegiatan dan membangun perusahaan.

4.1.4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Karakteristik Pribadi (X2)

Berikut ini peneliti akan menyajikan data tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari kuesioner yang peneliti sebar. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Analisis Variabel Karakteristik Pribadi

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Setiap karyawan di PT. Ody Lestari Advertising memiliki sifat ramah tamah kepada sesama pekerja.	0	0	29	48,3%	8	13,3%	10	16,7%	13	21,7%

Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki sifat toleransi yang tinggi kepada antar sesama beragama.	1	1,7%	23	38,3%	23	38,3%	7	11,7%	6	10%
Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki sifat yang gigih pada saat bekerja.	0	0	26	43,3%	15	25%	5	8,3%	14	23,3%
Setiap karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising dituntut taat terhadap setiap peraturan.	2	3,3%	23	38,3%	20	33,3%	10	16,7%	5	8,3%
Rata-rata karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising menyukai tantangan baru.	0	0	20	33,3%	18	30%	10	16,7%	12	20%

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengujian uji statistik deskriptif diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Setiap karyawan di PT. Ody Lestari Advertising memiliki sifat ramah tamah kepada sesama pekerja”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 29 responden (48,3%). Hal ini berarti tidak semua karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki sifat ramah tamah yang artinya tingkat kesopanan karyawan tidak dapat diukur sama sekali.
2. Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki sifat toleransi yang tinggi kepada antar sesama beragama”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dan juga netral yakni sebanyak 23 responden (38,3%). Hal ini berarti untuk tingkat toleransi di dalam perusahaan ini berbeda-beda yang artinya banyak karyawan yang tidak terlalu memusingkan hal ini banyak juga yang telah open minded terhadap agama lain.

3. Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki sifat yang gigih pada saat bekerja”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dan juga netral yakni sebanyak 26 responden (48,3%). Hal ini berarti tidak semua karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising memiliki sifat gigi dalam bekerja, karena terdapat beberapa karyawan yang sering melakukan pelanggaran pada saat bekerja.
4. Setiap karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising dituntut taat terhadap setiap peraturan”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dan juga netral yakni sebanyak 23 responden (38,3%). Hal ini berarti tidak semua karyawan taat terhadap peraturan yang di buat oleh pihak pimpinan perusahaan, karena masih sering ditemukan bahwa karyawan yang terkena surat peringatan dan juga sanksi teguran.
5. Rata-rata karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising menyukai tantangan baru”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju dan juga netral yakni sebanyak 20 responden (33,3%). Hal ini berarti tidak semua karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising menyukai tantangan, yang artinya masih banyak karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising hanya berkuat pada zona nyamannya masing-masing.

4.1.4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Fasilitas Kerja (X3)

Berikut ini peneliti akan menyajikan data tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari kuesioner yang peneliti sebar. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Analisis Variabel Fasilitas Kerja

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
PT. Ody Lestari Advertising memiliki fasilitas alat kerja	1	1,7%	23	38,3%	6	10%	19	31,7%	11	18,3%

yang cukup lengkap.										
Pihak PT. Ody Lestari Advertising menyediakan alat transportasi sebagai antar jemput karyawan	1	1,7%	8	13,3%	8	13,3%	26	43,3%	17	28,3%
Pihak PT. Ody Lestari Advertising memiliki fasilitas jaminan sosial bagi para pekerja.	1	1,7%	20	33,3%	11	18,3%	19	31,7%	9	15%
Ruangan kerja di PT. Ody Lestari Advertising cukup luas.	1	1,7%	24	40%	13	21,7%	16	26,7%	6	10%
Setiap karyawan diberikan fasilitas kerja untuk posisinya masing-masing.	1	1,7%	28	46,7%	9	15%	12	20%	10	16,7%

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengujian uji statistik deskriptif diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. PT. Ody Lestari Advertising memiliki fasilitas alat kerja yang cukup lengkap”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 23 responden (38,3%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa untuk perlengkapan alat kerja yang terdapat di PT. Ody Lestari Advertising masih dapat dikatakan belum lengkap untuk alat perlengkapan keamanan kerja yang belum tersedia sama sekali.
2. Pihak PT. Ody Lestari Advertising menyediakan alat transportasi sebagai antar jemput karyawan”. Responden yang paling dominan menjawab setuju yakni sebanyak 26 responden (43,3%). Bahwa karyawan sangat setuju dengan diadakanya akomodasi antar jemput karyawan, agar para karyawan tidak kesulitan ketika pergi dan pulang kerja nantinya.
3. Pihak PT. Ody Lestari Advertising memiliki fasilitas jaminan sosial bagi para pekerja”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 20 responden (33,3%). Bahwa tidak semua krayawan yang mendapatkan jaminan kesehatan dari pemerintah, yang artinya terdapat

beberapa karyawan yang memiliki jalur mandiri untuk status jaminan sosialnya.

4. Ruang kerja di PT. Ody Lestari Advertising cukup luas”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 24 responden (40%). Untuk kondisi ruangan yang terdapat di PT. Ody Lestari Advertising cukup sempit dan hanya terdapat satu lorong menuju ke ruang yang lainnya.
5. Setiap karyawan diberikan fasilitas kerja untuk posisinya masing-masing”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 28 responden (46,7%). Hal ini berarti tidak semua karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising mendapatkan fasilitas yang diberikan oleh pihak perusahaan, untuk fasilitas yang diberikan hanya kepada pihak manajer dan pimpinan perusahaan saja.

4.1.4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Loyalitas Karyawan (Y)

Berikut ini peneliti akan menyajikan data tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari kuesioner yang peneliti sebar. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Analisis Variabel Loyalitas Karyawan

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising merasa nyaman bekerja dan akan terus selalu bertahan.	3	5%	23	38,3%	10	16,7%	16	26,7%	8	13,3%
Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising sepakat dengan segala tujuan yang ditetapkan oleh pihak perusahaan.	0	0	22	36,7%	8	13,3%	20	33,3%	10	16,7%
Karyawan akan selalu siap siaga ketikan pihak perusahaan memanggil pada saat di luar jam kerja.	0	0	16	26,7%	10	16,7%	22	36,7%	12	20%
Karyawan selalu menaati segala	0	0	25	41,7%	14	23,3%	15	25%	6	10%

peraturan yang ditetapkan oleh pihak PT. Ody Lestari Advertising.										
Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising setia dan taat kepada atasan perusahaan.	0	0	28	46,7%	10	16,7%	10	16,7%	12	20%

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengujian uji statistik deskriptif diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising merasa nyaman bekerja dan akan terus selalu bertahan”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 23 responden (38,3%). Hal ini berarti tidak semua karyawan merasa nyaman bekerja di PT. Ody Lestari Advertising hal ini terjadi karena beberapa hal, baik karena upah yang diberikan, sistem kerja dan juga peraturan yang sangat ketat yang berlaku di dalam perusahaan.
2. Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising sepakat dengan segala tujuan yang ditetapkan oleh pihak perusahaan”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 22 responden (36,7%). Hal ini berarti tidak semua karyawan sepakat dengan semua peraturan yang telah di buat oleh pihak perusahaan, hal ini karena terdapat beberapa karyawan yang bekerja tidak memiliki tujuan yang sama.
3. Karyawan akan selalu siap siaga ketika pihak perusahaan memanggil pada saat di luar jam kerja”. Responden yang paling dominan menjawab setuju yakni sebanyak 20 responden (33,3%). Hal ini berarti setiap karyawan diwajibkan siap siaga ketika di panggil oleh pihak pimpinan perusahaan karena hal tersebut telah tertuang pada bagian kesepakatan antara pekerja dengan pimpinan perusahaan.

4. Karyawan selalu menaati segala peraturan yang ditetapkan oleh pihak PT. Ody Lestari Advertising”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 25 responden (41,7%). Hal ini berarti tidak semua karyawan yang menaati segala peraturan yang telah di buat oleh pihak perusahaan, terdapat beberapa karyawan yang sering melakukan pelanggaran pada saat bekerja.
5. Karyawan yang bekerja di PT. Ody Lestari Advertising setia dan taat kepada atasan perusahaan”. Responden yang paling dominan menjawab tidak setuju yakni sebanyak 28 responden (46,7%). Hal ini berarti tidak semua karyawan taat dan setia kepada pihak atasannya, hal ini karena masih banyak karyawan yang acuh tak acuh terhadap aturan dan arahan dari pimpinan perusahaan.

4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program *SPSS Versi 25*. Menurut Singgih Santoso (2019:293) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymotic Significance*) yaitu:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka disitribusi dari model regresi adalah tidak normal.

Tabel 4.8
Uji Normalitas (Uji Kolmogorov Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49481141
Most Extreme	Absolute	.086

Differences	Positive	.086
	Negative	-.073
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui bahwa nolai signifikansi Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi atau pernyataan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.330	.906			
	Pengalaman Kerja	.298	.112	.300	.181	5.535
	Karakteristik Pribadi	.152	.125	.162	.130	7.693
	Fasilitas Kerja	.571	.089	.536	.328	3.049

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Dari tabel uji multikolinearitas diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. Dengan nilai *tolerance* > 0,10 yaitu untuk variabel pengalaman kerja dengan nilai 0,181 yang berarti $0,181 > 0,10$, variabel karakteristik pribadi dengan nilai 0,130 yang berarti $0,130 > 0,10$ dan variabel fasilitas kerja dengan nilai

0,328 yang berarti $0,328 > 0,10$ maka hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

2. Dengan nilai $VIF < 10$ untuk variabel penelitian pengalaman kerja yaitu sebesar 5,535 yang berarti $5,535 < 10$, untuk variabel karakteristik pribadi dengan nilai VIF sebesar 7,693 yang berarti $7,693 < 10$, dan untuk variabel fasilitas kerja dengan nilai VIF sebesar 3,049 yang berarti $3,049 < 10$ hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

4.1.5.2 Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.10
Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.289	.538		2.397	.020
	Pengalaman Kerja	.037	.067	.173	.560	.578
	Karakteristik Pribadi	-.088	.074	-.430	-1.179	.244
	Fasilitas Kerja	.040	.053	.172	.751	.456

a. Dependent Variable: Abs

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil output tabel uji glejser diatas dapat dilihat bahwa nilai sig. pada variabel pengalaman kerja yaitu 0,578 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan $sig > 0,05$, kemudian pada pengujian yang kedua variabel karakteristik pribadi yaitu dengan nilai 0,244 yang artinya bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dengan ketentuan $sig > 0,05$ dan pada pengujian variabel fasilitas kerja dapat dilihat nilai sig. 0,456 yang artinya bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dengan ketentuan $sig > 0,05$. Kesimpulannya adalah item pernyataan disetiap variabel tidak terjadi heterokedastisitas dengan

melihat uji glejser memenuhi ketentuan > dari 0,05 maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.6 Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10
Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.330	.906	
	Pengalaman Kerja	.298	.112	.300
	Karakteristik Pribadi	.152	.125	.162
	Fasilitas Kerja	.571	.089	.536

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas maka pada kolom *Unstandardized Coefficients* diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,330 + 0,298X_1 + 0,152X_2 + 0,571X_3$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

1. Diketahui Konstanta (a) sebesar -0,330 menunjukkan bahwa variabel pengalaman kerja (X_1), karakteristik pribadi (X_2) dan fasilitas kerja (X_3) dalam keadaan konstan, maka loyalitas karyawan (Y) akan dipengaruhi oleh variabel lain sebesar -0,330.
2. Setiap perubahan variabel prediktor pengalaman kerja (X_1), sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif pada loyalitas karyawan

sebesar 0,298 satuan. Dimana asumsinya prediktor karakteristik pribadi (X_2), dan fasilitas kerja (X_3) besarnya tetap. Dengan demikian prediktor pengalaman kerja yang bernilai positif tersebut mengakibatkan naik satu satuan pengalaman kerja (X_1), akan memengaruhi bertambahnya nilai loyalitas karyawan sebesar 0,298.

3. Setiap perubahan variabel prediktor karakteristik pribadi (X_2), sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif pada loyalitas karyawan sebesar 0,152 satuan. Dimana asumsinya prediktor pengalaman kerja (X_1), dan fasilitas kerja (X_3) besarnya tetap. Dengan demikian prediktor karakteristik pribadi yang bernilai negatif tersebut mengakibatkan naik satu satuan karakteristik pribadi (X_2), akan memengaruhi bertambahnya nilai loyalitas karyawan sebesar 0,152.
4. Setiap perubahan variabel prediktor fasilitas kerja (X_3), sebesar satu satuan, akan mengakibatkan perubahan yang positif pada loyalitas karyawan sebesar 0,571 satuan. Dimana asumsinya prediktor pengalaman kerja (X_1), dan karakteristik pribadi (X_2) besarnya tetap. Dengan demikian prediktor fasilitas kerja yang bernilai positif tersebut mengakibatkan naik satu satuan fasilitas kerja (X_3), akan memengaruhi bertambahnya nilai loyalitas karyawan sebesar 0,571.

Berdasarkan nilai-nilai regresi untuk variabel bebas disimpulkan bahwa variabel yang paling cenderung berpengaruh terhadap loyalitas karyawan adalah nilai variabel fasilitas kerja sebesar 57,1%.

4.1.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.11
Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.330	.906		-.364	.717			
	Pengalaman Kerja	.298	.112	.300	2.658	.010	.842	.335	.128
	Karakteristik Pribadi	.152	.125	.162	1.214	.230	.873	.160	.058
	Fasilitas Kerja	.571	.089	.536	6.391	.000	.890	.649	.307

a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan

Adapun penjelasan dari hasil uji parsial antara variabel pengalaman kerja, karakteritik pribadi dan fasilitas kerja terhadap loyalitas karyawan sebagai berikut.

Keterangan :

$$T_{tabel} = 2,003$$

$$n = (n-k) = 60-4 (56)$$

1. Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Ody Lestari Advetising

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable = 60-3-1= 56. Nilai t_{tabel} untuk n= 56 adalah 2,003. Dapat dilihat pengaruh pengalaman kerja terhadap loyalitas karyawan diperoleh nilai t_{hitung} 2,658 > 2,003 maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H1 diterima yang berarti secara parsial pengalaman kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advertising.

2. Pengaruh Karakteristik Pribadi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Ody Lestari Advetising

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable = $60-4= 56$. Nilai t_{tabel} untuk $n= 56$ adalah 2,003. Dapat dilihat pengaruh karakteristik pribadi terhadap loyalitas karyawan diperoleh nilai $t_{hitung} 1,214 < 2,003$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti secara parsial karakteristik pribadi mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advetising.

3. Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Ody Lestari Advetising

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable = $60-4= 56$. Nilai t_{tabel} untuk $n= 56$ adalah 2,003. Dapat dilihat pengaruh fasilitas kerja terhadap loyalitas karyawan diperoleh nilai $t_{hitung} 6,391 > 2,003$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H3 diterima yang berarti secara parsial fasilitas kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advetising.

4.1.6.2 Uji Simultan (Uji f)

Tabel 4.12
Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	889.150	3	296.383	125.897	.000 ^b
	Residual	131.833	56	2.354		
	Total	1020.983	59			
a. Dependent Variable: Loyalitas Karyawan						
b. Predictors: (Constant), Fasilitas Kerja, Pengalaman Kerja, Karakteristik Pribadi						

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Adapun penjelasan dari hasil uji simultan antara variabel pengalaman kerja, karakteristik pribadi dan fasilitas kerja terhadap loyalitas karyawan sebagai berikut.

Keterangan :

$$F_{\text{tabel}} = 2,77$$

$$Df_1 = (k-1) = 4-1 = 3$$

$$Df_2 = (n-k) = 60-4 = (56)$$

1. Pengaruh Pengalaman Kerja, Karakteristik Pribadi dan Fasilitas Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Ody Lestari Advertising

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai fhitung =125,897 sedangkan nilai ftabel pada $\alpha = 0,05$ dengan $n = 56$ diperoleh nilai ftabel 2,77 dari hasil ini diketahui fhitung > ftabel yaitu $125,897 > 2,77$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel pengalaman kerja (X_1), karakteristik pribadi (X_2) dan fasilitas kerja (X_3) secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advertising.

4.1.6.3 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.933 ^a	.871	.864	1.534
a. Predictors: (Constant), Fasilitas Kerja, Pengalaman Kerja, Karakteristik Pribadi				

Sumber: Hasil Uji SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat pada nilai adjusted R Square menunjukkan bahwa:

1. $R = 0,933$ berarti hubungan antara pengalaman kerja, karakteristik pribadi dan fasilitas kerja terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advertising, sebesar 93,3% yang berarti memiliki hubungan yang erat. Semakin besar R berarti hubungan semakin erat.
2. *Adjusted Square* sebesar 0,864 yang berarti 86,4% faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advertising dapat dijelaskan oleh pengalaman kerja, karakteristik pribadi dan fasilitas kerja terhadap loyalitas karyawan Sedangkan sisanya 13,6% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.
3. *Standart Error of Estimated* artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. *Standart error of Estimated* juga bisa disebut standar deviasi. Dari tabel di atas *Standart Error of Estimated* adalah 1,534. Semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Ody Lestari Advertising

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable = $60-4= 56$. Nilai t_{tabel} untuk n= 56 adalah 2,003. Dapat dilihat pengaruh pengalaman kerja terhadap loyalitas karyawan diperoleh nilai $t_{hitung} 2,658 > 2,003$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan

H1 diterima yang berarti secara parsial pengalaman kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advertising.

Faktanya pengalaman kerja adalah kemahiran dalam bekerja yang diukur oleh lama waktu bekerja, semakin lama maka semakin berpengalaman, karyawan sudah lama bekerja artinya dirinya sudah loyal terhadap pekerjaan, dimana karyawan mengutamakan pekerjaan dibandingkan kepentingan pribadi.

Berdasarkan fenomena yang telah di bahas pada bab sebelumnya yakni kurangnya pengalaman dari para karyawan dalam mengerjakan segala kegiatan yang dibebankan kepada mereka perlu dikaji lebih dalam lagi sehingga bagi setiap karyawan dapat menguasai bagian mereka masing-masing.

Sedangkan menurut, Susilo Martoyo (2019:90) Pengalaman kerja banyak memberikan kecendrungan bahwa yang bersangkutan memiliki keahlian dan keterampilan kerja yang tinggi, sebaliknya terbatasnya pengalaman kerja yang dimiliki akan semakin rendah tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja yang bersangkutan. Pengalaman kerja yang dimiliki oleh seseorang kadang lebih dihargai dari tingkat pendidikan yang lebih tinggi.

PT. Ody Lestari Advertising adalah perusahaan yang bergerak pada bidang periklanan yang sudah banyak dikenal oleh banyak orang. Dimana masih banyak masyarakat yang membutuhkan jasa periklanan. Dapat di lihat bahwa pengalaman dari para pekerja rata-rata masih dikatakan masih minim dan juga tidak mempunyai pengalaman kerja sekalipun sehingga yang terjadi adalah sesuai dengan indikator dari pengalaman kerja rendahnya pengetahuan dan keterampilan

yang dimiliki responden yang menjawab setuju sebanyak 12 responden dan tidak setuju sebanyak 22 responden.

Hasil penelitian diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yoga Arsyenda (2019) menunjukkan bahwa pengalaman kerja dan disiplin kerja berpengaruh terhadap Loyalitas karyawan. Dimana dari hasil tersebut juga dapat diketahui bahwa pengalaman lebih besar pengaruhnya terhadap Loyalitas karyawan BAPPEDA Kota Malang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mudiarta Utama (2019) menyatakan bahwa pengalaman kerja tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pegawai.

4.2.2 Pengaruh Karakteristik Pribadi Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Ody Lestari Advertising

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable = $60-4= 56$. Nilai t_{tabel} untuk n= 56 adalah 2,003. Dapat dilihat pengaruh karakteristik pribadi terhadap loyalitas karyawan diperoleh nilai $t_{hitung} 1,214 < 2,003$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti secara parsial karakteristik pribadi tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advertising.

Kepribadian menurut Atkinson (2019) ialah pola perilaku dan cara berfikir yang khas yang menentukan penyesuaian diri individu terhadap lingkungan, kepribadian mencakup kepribadian umum yang dapat diamati oleh orang lain dan kepribadian dari pikiran dan pengalaman yang jarang diungkapkan.

Berdasarkan fenomena yang telah di bahas pada bab sebelum yakni adanya persaingan antar sesama karyawan dalam mencari simpati dari pihak pimpinan sehingga yang terjadi adalah persaingan nyata terjadi terhadap antar sesama pekerja sehingga hal ini akan menimbulkan gesekan dari masing-masing karyawan sehingga hal ini perlu adanya perbaikan dan evaluasi dari sistem yang berlaku di dalam perusahaan.

Karakteristik pribadi merupakan faktor yang menyangkut karyawan itu sendiri yang meliputi usia, masa kerja, jenis kelamin, tingkat pendidikan, prestasi yang dimiliki, ras dan sifat kepribadian (Kasmir 2019).

Dapat diambil kesimpulan bahwa rata-rata karyawan menjawab setuju sebanyak 10 responden dan tidak setuju sebanyak 29 responden hal ini berarti untuk karakteristik pribadi bergantung pada sifat dan cara berpandang dari para karyawan itu sendiri sehingga dapat diketahui bahwa karakter pekerja harus mampu di ketahui oleh pihak atasan sehingga nantinya dapat mengikuti arahan dari pihak pimpinan perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutriniasih (2019) menunjukkan bahwa karakteristik pribadi tidak berpengaruh terhadap loyalitas karyawan pada PT. Indofood CBP Makmur Tbk. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wihcaksono, (2020) karakteristik pribadi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan.

4.2.3 Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Ody Lestari Advertising

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 0,05 yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah

responden dan k jumlah variable = $60-4= 56$. Nilai t_{tabel} untuk $n= 56$ adalah 2,003. Dapat dilihat pengaruh fasilitas kerja terhadap loyalitas karyawan diperoleh nilai thitung $6,391 > 2,003$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H3 diterima yang berarti secara parsial fasilitas kerja mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advertising.

Dalam berbagai perusahaan jasa, fasilitas adalah satu keunggulan kompetitif yang juga ditonjolkan. Karena fasilitas erat hubungannya dengan pelayanan yang maksimal. Sedangkan Menurut Oetama (2019:60) Fasilitas adalah objek penting untuk meningkatkan kepuasan, seperti kenyamanan pelanggan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan pengguna layanan. Jika layanan yang diberikan memenuhi persyaratan, klien akan puas. Pada berbagai hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dukungan fasilitas sangat mempengaruhi.

Berdasarkan fenomena yang telah di paparkan pada bab sebelumnya maka hal ini pada fenomena dari fasilitas kerja yakni belum lengkapnya fasilitas kerja yang disediakan oleh pihak perusahaan sehingga dalam hal ini pihak perusahaan harus segera menyelesaikan permasalahan tersebut agar kiranya nanti para pekerja dapat bekerja dengan baik.

Menurut Lupiyaodi (2019) berpendapat, Fasilitas adalah sarana yang digunakan untuk memperlancar dan memudahkan menjalankan fungsi. Adapun yang dapat memudahkan dan melancarkan fungsi ini dapat berupa benda-benda maupun uang. Semakin baik fasilitas yang digunakan dapat meningkatkan produktivitas.

Dapat diambil kesimpulan bahwa indikator dari fasilitas kerja yakni

fasilitas kerja yang lengkap responden yang menjawab setuju sebanyak 19 responden dan yang tidak setuju sebanyak 23 responden hal ini dapat diartikan bahwa perlengkapan fasilitas kerja harus dilengkapi oleh pimpinan perusahaan sehingga berdampak positif pada kelancaran kegiatan perusahaan itu sendiri.

Penelitian diatas sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Reni Astria (2021) menemukan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini telah terbukti secara signifikan. Insentif dan facilities kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas kerja karyawan. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah insentif. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Chairun Nisa (2021) menunjukkan bahwa fasilitas kerja tidak berpengaruh terhadap loyalitas karyawan.

4.2.4 Pengaruh Pengalaman Kerja, Karakteristik Pribadi dan Fasilitas Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT. Ody Lestari Advertising

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai $f_{hitung} = 125,897$ sedangkan nilai f_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ dengan $n = 56$ diperoleh nilai $f_{tabel} 2,77$ dari hasil ini diketahui $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $125,897 > 2,77$. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel pengalaman kerja (X_1), karakteristik pribadi (X_2) dan fasilitas kerja (X_3) secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan pada PT. Ody Lestari Advertising.

Loyalitas disini bukan hanya sebatas bagaimana anggota tetap tinggal, tetapi juga rasa menjadi bagian dari sebuah organisasi sehingga karyawan tersebut dapat mengoptimalkan kerjanya. Kemudian loyalitas juga dapat diartikan sebagai tekad dan kesanggupan seseorang untuk taat, melaksanakan, dan mengamalkan sesuatu dengan disertai penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Seiring bertumbuhnya sebuah perusahaan, yang paling dibutuhkan untuk

memajukan sebuah perusahaan adalah tingkat rasa loyal karyawan itu sendiri. Menurut Meyer dan Herscovits (Oei, 2019) Loyalitas merupakan kondisi psikologis yang mengikat karyawan dan perusahaannya. Artinya kondisi psikologis inilah yang akan membuat karyawan merasa menjadi bagian dari sebuah organisasi.

Dalam hal ini pihak perusahaan PT. Ody Lestari Advertising harus mampu memenuhi segala harapan dan keinginan dari pada karyawan sehingga nantinya berdampak pada peningkatan loyalitas karyawan dan juga berdampak pada hasil positif yang di peroleh pihak perusahaan.