

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan telaah dan analisis terhadap data-data yang diperoleh dalam rangka menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka akhirnya penulis menyimpulkan mengenai pengaruh remunerasi dan motivasi terhadap kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya, adalah sebagai berikut:

1. Remunerasi dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan divisi marketing PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya.
2. Remunerasi berpengaruh paling dominan terhadap kinerja karyawan PT Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil uraian sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diberikan saran sebagai berikut, yaitu:

1. Perusahaan perlu untuk lebih peduli terhadap pembagian hak kewajiban dan remunerasi, entah dalam bentuk gaji, insetif, benefit, bonus dan komisi, serta tunjangan harus lebih adil demi meningkatkan kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya. Karena hasil dari penelitian ini variabel remunerasi lebih besar pengaruhnya dari variabel motivasi dan menjadi pendorong meningkatnya kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya.

2. Temuan peneliti dalam pengujian, dimana terdapat hasil dari alat ukur tersebut memiliki nilai yang sangat tipis dari batas nilai ukur yang ditentukan tetapi masih bisa dikatakan bahwa nilai tersebut bisa untuk dilakukan penelitian lebih lanjut yaitu hasil uji reliabilitas dengan hasil Cronbach's alpha sebesar 0,621 dari batas nilai ukur 0,600. Perlu dikembangkan lagi dalam menentukan pernyataan kuesioner agar nilai yang didapat lebih tinggi. Temuan yang selanjutnya yaitu Nilai yang ditunjukkan dalam penelitian ini dengan variabel motivasi memiliki presentas pengaruh yang kecil terhadap kinerja karyawan, dan hanya mempunyai nilai sebesar 0,407 dari hasil uji regresi linier berganda. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini variabel motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya tetapi pengaruhnya hanya 21%. Maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan divisi marketing pada PT. Bank Panin cabang Kenjeran Surabaya, selain variabel – variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini.