

KOMITMEN ORGANISASI, MOTIVASI, DAN *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PADA PT. ACE HARDWARE DENPASAR

Tiksnayana Vipraprastha ¹⁾

Bagus Nyoman Kusuma Putra ²⁾

^{1,2} Universitas Mahasaraswati Denpasar

¹e-mail: tiksnayana@unmas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether organizational commitment, motivation, and organizational citizenship behavior (OCB) have an impact on the performance of employees of PT. Ace Hardware Denpasar. Samples were collected using the saturated sampling technique method with the Slovin's formula, totaling 97 respondents. The data analysis technique used in this research is multiple regression analysis. The results showed that: (a) there was a significant and positive effect of organizational commitment on employee performance; (b) there was a significant and positive effect of motivation on employee performance; and (c) there is a significant and positive effect of organizational citizenship behavior (OCB) on employee performance.

Keywords: *organizational commitment; motivation; organizational citizenship behavior; employee performance.*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah komitmen organisasi, motivasi, dan *organizational citizenship behavior (OCB)* memberikan dampak pada kinerja karyawan PT. Ace Hardware Denpasar. Sampel dikumpulkan dengan menggunakan metode teknik sampling jenuh dengan rumus Slovin yang berjumlah 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (a) ada pengaruh yang signifikan dan positif komitmen organisasional terhadap kinerja karyawan; (b) ada pengaruh yang signifikan dan positif motivasi terhadap kinerja karyawan; dan (c) ada pengaruh yang signifikan dan positif *organizational citizenship behavior (OCB)* terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci: komitmen organisasi; motivasi; *organizational citizenship behavior*; kinerja karyawan.

1. PENDAHULUAN

Pelaksanaan perusahaan perlu didukung dengan adanya manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, personalia, pengarahan, serta pengawasan (Robbins, 2008). Sumber daya manusia merupakan aset penting yang harus dimiliki oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya, oleh sebab itu karyawan harus dimanfaatkan semaksimal mungkin

untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Hasibuan, 2017). Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan yang berkualitas merupakan langkah utama organisasi. Kinerja karyawan mengacu pada prestasi kerja karyawan yang diukur berdasarkan standar atau kriteria yang telah ditetapkan perusahaan. PT. Ace Hardware merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan perlengkapan rumah tangga dan gaya hidup. PT. Ace Hardware berdiri tahun 1995 dan berkantor pusat di Jakarta Selatan.

Komitmen organisasi merupakan sebuah konsep yang menyatakan sebagai persepsi karyawan mengenai sejauh mana mereka diperlakukan secara wajar, dalam organisasi dan bagaimana persepsi tersebut mempengaruhi hasil organisasi seperti kepuasan dan kinerja karyawan (Greenberg, 2011). Karyawan dengan komitmen organisasi yang tinggi memiliki perbedaan sikap dibanding yang berkomitmen rendah. Dengan adanya komitmen yang tinggi kemungkinan penurunan kinerja dapat dihindari. Tujuan dari komitmen organisasi adalah untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan yang terjadi agar tidak terjadi terus menerus. Komitmen organisasi yang dijalankan dengan baik akan dapat meningkatkan prestasi dan disiplin kinerja dari para karyawan serta karyawan akan selalu bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dilaksanakan (Hamidi, 2015).

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan kinerja karyawan salah satunya memberikan motivasi. Terciptanya kinerja yang baik dapat dilakukan dengan cara memotivasi seorang karyawan agar terciptanya dorongan untuk bekerja lebih baik. Motivasi sebagai suatu kerelaan untuk berusaha seoptimal mungkin dalam pencapaian tujuan organisasi yang dipengaruhi oleh kemampuan usaha untuk memuaskan beberapa kebutuhan individu (Rivai, 2011:107). Motivasi juga merupakan pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan (Hasibuan, 2017). Kinerja karyawan dipengaruhi oleh bermacam-macam hal, baik yang timbul dari dalam tenaga kerja itu sendiri (seperti kepuasan kerja, kompensasi, ketrampilan) dan lingkungan kerja secara keseluruhan maupun di luar lingkungan kerja.

Tujuan perusahaan tidak akan terwujud apabila tidak memperhatikan aspek-aspek yang dimiliki sumber daya manusia, alat, mesin, dan faktor lain yang tersedia pada perusahaan. Di dalam perusahaan, perbedaan-perbedaan tersebut selayaknya dapat diorganisir agar mampu menciptakan sebuah kerjasama tim dalam melewati perubahan di era globalisasi saat ini. *Organizational citizenship behavior* menjadi salah satu bukti adanya kerjasama team yang solid didalam sebuah perusahaan. *Organizational citizenship behavior* merupakan bentuk perilaku yang menunjukkan pilihan dan inisiatif individual, tidak berkaitan dengan sistem *reward* formal organisasi tetapi secara agregat meningkatkan efektivitas organisasi (MacKenzie, 2002). Faktor yang mempengaruhi perilaku *organizational citizenship behavior* karyawan, diantaranya adalah gaya kepemimpinan, motivasi, komitmen organisasional, lingkungan kerja dan sifat setiap individu (Alizadeh, 2012). Hal ini berarti *organizational citizenship behavior* merupakan suatu bagian dari perilaku individu dalam hal ini karyawan yang sangat penting dalam pelaksanaan setiap tugas dan kewajiban karyawan selanjutnya akan bermuara pada keberhasilan perusahaan.

Kinerja karyawan adalah hal yang mempengaruhi seberapa banyak mereka memberi kontribusi kepada perusahaan. Perbaikan kinerja individu maupun kelompok menjadi pusat perhatian dalam upaya meningkatkan kinerja perusahaan (Mathis, 2009). Faktor yang dapat

meningkatkan kinerja karyawan adalah bagaimana cara manajemen memotivasi seorang karyawan agar dapat meningkatkan kinerjanya. Terciptanya kinerja yang baik dapat dilakukan dengan cara memotivasi seorang karyawan dan meningkatkan kepuasan kerja karyawan dengan memperhatikan komitmen organisasi. Komitmen organisasi, motivasi dan *organizational citizenship behavior* merupakan faktor sangat penting dalam meningkatkan kinerja karyawan (Bass, 1990).

2. KAJIAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Komitmen organisasi merupakan identifikasi dan keterlibatan seseorang yang relatif kuat terhadap organisasi. Komitmen organisasional juga berperan penting dalam perilaku organisasi karena komitmen organisasi mempengaruhi sikap dan perilaku karyawan di tempat kerja. Allen (1991) menyatakan karyawan yang memiliki komitmen kuat terhadap organisasinya merupakan suatu modal dalam mencapai tujuan organisasi, sehingga memberikan manfaat maksimal bagi organisasi. Komitmen karyawan yang diberikan kepada organisasi juga diperlukan untuk menyelesaikan masalah-masalah internal organisasi seperti berkurangnya biaya kegiatan operasional dan konflik dalam organisasi. Indikator yang digunakan untuk mengukur komitmen organisasi dalam penelitian ini menggunakan indikator yang digunakan oleh Allen (1991) sebagai berikut: (1) *Affective commitment*, (2) *Continuance commitment*, (3) *Normative commitment*. Beberapa temuan yang dikemukakan oleh Murgianto (2016), Nurzaman (2020) dan Amri (2021) menyatakan komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sedangkan riset yang dilakukan oleh Ismail (2015) dan Riana (2016) menemukan hasil bahwa komitmen organisasi tidak memiliki berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipaparkan sebagai berikut:

H1: Komitmen organisasi memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap kinerja karyawan

Motivasi merupakan proses kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi ke arah tujuan perusahaan, yang dikondisikan oleh kemampuan upaya tersebut untuk memenuhi suatu kebutuhan individual (Robbins, 2008:129). Motivasi juga merupakan upaya untuk sebagai dorongan secara psikologis kepada seseorang yang menentukan arah perilaku seseorang dalam organisasi (Rivai, 2011:107). Indikator yang digunakan untuk mengukur motivasi dalam penelitian ini menggunakan indikator yang digunakan oleh McClelland dalam (Robbins, 2008) sebagai berikut: (1) *Need for achievement*, (2) *Need for power*, (3) *Need for affiliation*. Beberapa temuan yang dikemukakan oleh Nabi (2017), Elvina (2019) dan Kuswati (2020) menyatakan motivasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sedangkan riset yang dilakukan oleh Riana (2015) dan Muchtar (2016) menemukan hasil bahwa motivasi tidak memiliki berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipaparkan sebagai berikut:

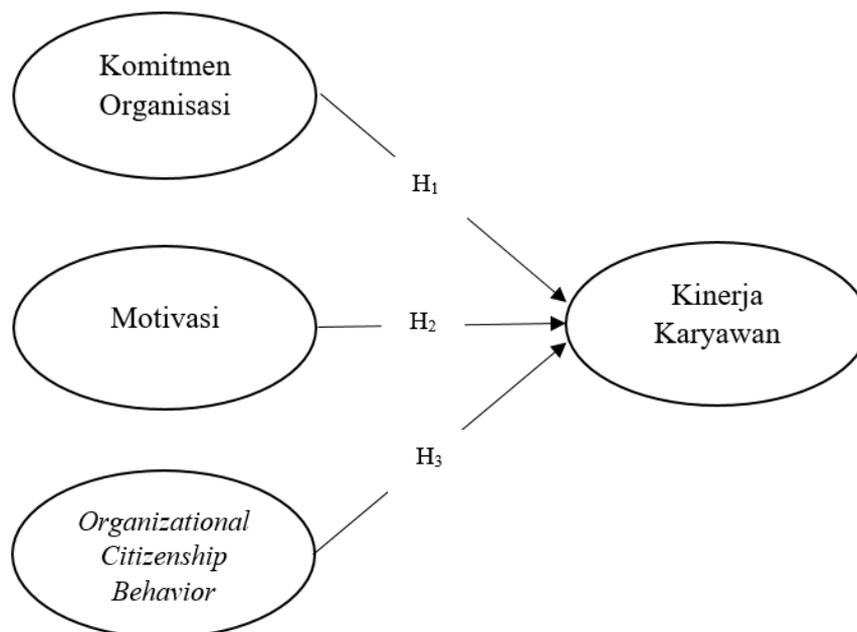
H2: Motivasi memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap kinerja karyawan

Organizational citizenship behavior (OCB) bersifat bebas dan sukarela karena perilaku tersebut tidak terdapat dalam tuntutan deskripsi jabatan yang berdasarkan kontrak dengan organisasi, melainkan sebagai pilihan personal. Organ (1990) mendefinisikan *organizational citizenship behavior* sebagai perilaku individu yang bersifat bebas, serta tidak

secara langsung mendapat penghargaan dari sistem imbalan formal dan mendorong keefektifan fungsi-fungsi organisasi. *Organizational citizenship behavior* dalam penelitian ini merupakan perilaku inisiatif individu yang tidak seharusnya menjadi tugas atau *job description*-nya tetapi ia lakukan secara sukarela tanpa menuntut imbalan demi membantu terwujudnya tujuan perusahaan secara efektif dan efisien. Indikator yang digunakan untuk mengukur OCB dalam penelitian ini menggunakan indikator yang digunakan oleh Organ (2006) sebagai berikut: (1) *Altruisme*, (2) *Conscientiousness*, (3) *Courtesy*, (4) *Civic virtue*, (5) *Sportmanship*. Beberapa temuan yang dikemukakan oleh Mo (2017), Lestari (2018) dan Singh (2018) menyatakan *organizational citizenship behavior* berpengaruh terhadap kinerja karyawan, sedangkan riset yang dilakukan oleh Andrew (2015), dan Rita (2017) menemukan hasil bahwa *organizational citizenship behavior* tidak memiliki berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dipaparkan sebagai berikut:

H3: *Organizational citizenship behavior* memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap kinerja karyawan

Kerangka konseptual yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



3. METODE PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Ace Hardware di Kota Denpasar yang jumlahnya 128 karyawan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:81). Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian yaitu teknik sampling jenuh dengan rumus Slovin yang berjumlah 97 responden.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun penilaian responden terhadap variabel-variabel operasional yang dapat digunakan dalam penelitian ini yaitu komitmen organisasi, motivasi, *organizational citizenship behavior* (OCB), dan kinerja karyawan. Berdasarkan hasil berikut dapat dijelaskan bahwa masing-masing indikator yang berupa pernyataan variabel memiliki nilai *Pearson correlation* yang lebih besar dari nilai minimum R tabel yaitu 0,30 dan bernilai positif, maka indikator yang berupa pernyataan layak untuk digunakan karena dinyatakan *valid* dan telah memenuhi syarat validasi data dan untuk pembagian pada tiap kategori disajikan pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Skor Setiap Indikator Penelitian

Variabel	Simbol	Skor	Keterangan
<i>Commitment Organizational</i>	CO1	0,931	Baik
	CO2	0,883	Baik
	CO3	0,890	Baik
<i>Motivation</i>	M1	0,857	Baik
	M2	0,830	Baik
	M3	0,711	Baik
<i>Organizational Citizenship Behavior (OCB)</i>	OCB1	0,790	Baik
	OCB2	0,724	Baik
	OCB3	0,754	Baik
	OCB4	0,730	Baik
	OCB5	0,757	Baik
<i>Employee Performance</i>	EP1	0,881	Baik
	EP2	0,946	Baik
	EP3	0,903	Baik
	EP4	0,812	Baik

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan *t-statistics*, dengan cara memilah untuk melakukan pengujian pengaruh langsung. Pada bagian berikut dapat diuraikan secara berturut-turut hasil pengujian pengaruh secara langsung.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

	Sig.	T- Statistics	Kesimpulan
<i>Commitment Organizational</i> → <i>Employee Performance</i>	0,000	5,553	H1 Diterima
<i>Motivation</i> → <i>Employee Performance</i>	0,001	3,908	H2 Diterima

<i>Organizational Citizenship Behavior (OCB) → Employee Performance</i>	0,000	6,873	H3 Diterima
---	-------	-------	----------------

Hasil pengujian analisis menunjukkan bahwa komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil ini dilihat dari nilai signifikansi 0,000 dengan nilai t-statistik 5,553. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurzaman (2020) dan Amri (2021). Komitmen karyawan pada organisasi tidak terjadi begitu saja, tetapi melalui proses yang cukup panjang dan bertahap. Komitmen organisasi merupakan tingkat dimana seorang karyawan mengidentifikasi diri dan organisasinya dengan cara merefleksikan keyakinan yaitu, karyawan akan memberikan kesetiaan, serta memiliki keinginan, bersedia bekerja keras, berkorban, dan memperdulikan kelangsungan hidup organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen akan cenderung untuk tetap dalam satu organisasi karena mereka mempercayai sepenuhnya misi yang dijalankan oleh organisasi dan tetap bisa bekerja dalam melaksanakan tugas maupun pekerjaannya sesuai dengan deskripsi jabatan maupun *standard operation procedure* yang ada sehingga karyawan merasa pekerjaan di tempat lain memberikan kesejahteraan lebih kecil dari perusahaan sehingga karyawan merasa pekerjaan ini yang terbaik dan akan berdampak pada kinerja karyawan yang tinggi.

Selanjutnya, hasil analisis data menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil ini dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,001 dengan nilai t-statistik sebesar 3,908. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elvina (2019) dan Kuswati (2020). Motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu. Motivasi meliputi perasaan unik, pikiran dan pengalaman masa lalu yang merupakan bagian dari hubungan internal dan eksternal perusahaan. Memiliki motivasi akan mendorong mereka aktif menyelesaikan berbagai tugas sesuai tanggung jawab yang diemban. Seorang karyawan yang termotivasi akan mempunyai kepuasan kerja dan performa tinggi, serta mempunyai keinginan kuat untuk berhasil. Kehadiran motivasi akan merangsang karyawan untuk mengerahkan kemampuannya sehingga mampu menunjukkan kinerja yang maksimal.

Selanjutnya, hasil analisis data menunjukkan bahwa *organizational citizenship behavior (OCB)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil ini dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,000 dengan nilai t-statistik sebesar 6,873. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2018) dan Singh (2018). Keberhasilan suatu organisasi apabila anggotanya tidak hanya mengerjakan tugas utamanya saja, akan tetapi juga mau melakukan tugas ekstra, seperti kemauan untuk bekerjasama, saling membantu, memberi masukan, berperan aktif, memberi pelayanan ekstra, serta mau memanfaatkan waktu kerjanya secara efektif. *Organizational citizenship behavior (OCB)* tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan kerja, namun dengan makin meningkatnya kepuasan kerja seseorang, maka kinerja karyawan juga makin baik. Dengan demikian untuk mencapai kinerja yang tinggi, perusahaan

perlu meningkatkan pembentukan perilaku OCB kepada karyawannya, yaitu perilaku yang melebihi tugas-tugasnya yang telah diatur dalam *job description* dan pembentukan sistem kerja yang kolektif.

5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, artinya komitmen organisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Ini berarti bahwa karyawan yang memiliki komitmen akan cenderung untuk tetap dalam satu organisasi karena mereka mempercayai sepenuhnya misi yang dijalankan oleh organisasi dan tetap bisa bekerja dalam melaksanakan tugas maupun pekerjaannya sesuai dengan deskripsi jabatan maupun *standard operation procedure* yang ada sehingga karyawan merasa pekerjaan di tempat lain memberikan kesejahteraan lebih kecil dari perusahaan sehingga karyawan merasa pekerjaan ini yang terbaik dan akan berdampak pada kinerja karyawan yang tinggi, (2) motivasi menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, hal ini berarti bahwa seorang karyawan yang termotivasi akan mempunyai kepuasan kerja dan performa tinggi, serta mempunyai keinginan kuat untuk berhasil dan merangsang karyawan untuk mengerahkan kemampuannya sehingga mampu menunjukkan kinerja yang maksimal, dan (3) *organizational citizenship behavior* (OCB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, artinya *organizational citizenship behavior* berpengaruh terhadap kinerja karyawan, hal ini berarti bahwa *organizational citizenship behavior* tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan kerja, namun dengan makin meningkatnya kepuasan kerja seseorang, maka kinerja karyawan juga semakin baik

Penelitian ini juga memiliki kelemahan. Pertama, teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh yang didasarkan pada kemudahan dalam mendapatkan responden sehingga menyebabkan keterbatasan generalisasi temuan. Hasil dari penelitian bisa jadi kurang representatif karena subjektivitas peneliti dalam pemilihan sampel target penelitian. Penelitian di waktu yang akan datang dapat menggunakan teknik-teknik sampling yang lainnya agar dapat lebih mewakili populasi yang diteliti, seperti menggunakan teknik sampel berdasarkan strata di dalam sebuah perusahaan dan yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andari, R., dan Napu, D. M. (2016). Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Domestik di Davina Tour and Travel Gorontalo. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol.VI No.1. Hal 1013-1022.
- Babin, B.J., Lee, Y.K., Kim, E.J., dan Griffin, M. (2014). Modelling Consumer Satisfaction and Word of Mouth: Restaurant Patronage in Korea, *Journal of Services Marketing*. Vol 19 No.3 hal 133 – 139.
- Dharmmesta, B.S., dan Handoko, T.H. (2012). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Cetakan Kelima*. Yogyakarta: BPFE.

- Finanda, I.R., dan Wiwaha, A. (2017). Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan (Studi pada Konsumen Miloff Beauty Bar). *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, Vol 1, No 2, Hal 134-140.
- Fitriyah, I.N. (2019). Pengaruh Harga, Brand Image dan Personal Branding "Kaesang Pangarep" terhadap Keputusan Pembelian Produk Sang Pisang Royal Plaza Surabaya. *Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya*. Diakses 11 Agustus 2021, <http://digilib.uinsby.ac.id/39136/>.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Haroen D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- McNally, D., dan Speak, K.D. (2009). *Be Your Own Brand: A Breakthrough Formula for Standing Out from the Crowd*. Berret-Koehler Publishers.
- Mileva, L., dan Fauzi DH, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Starbucks Menggunakan LINE). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 58 No. 1, Hal 190-199.
- Montoya, P., dan Vandehey, T. (2009). *The Brand Called You: Create a Personal Brand That Wins Attentions and Grows Your Business*. New York: McGraw Hill.
- Pamungkas, B.A. (2016). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, 10 (2): 145-160.
- Putra, I Dewa Putu Gede Wiyata., dan Aristana, M.D.W. (2020). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention (Studi Kasus: SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol 9. No 11, Hal 1035-1044.
- Putri, A.S., dan Zakaria, R. (2020). Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital. *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC*. C06.1-C06.14.

- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi 4*. Salemba Empat, Jakarta.
- Siregar, A.H. (2020). Pengaruh Harga, Brand Image dan Personal Branding terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Toko Medan Top Galeri. *Jurnal Ilmiah SMART*, Vol. 4 No.2, Hal 98-106.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardy. (2011). *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PY. Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung.
- Wasesa, SA. (2011). *Political Branding & Public Relations*. Jakarta: PT Gramedia.