

## Pengaruh *Reward* terhadap Loyalitas Karyawan pada Hotel Saba Kuta

Kadek Karisma Yanti<sup>1</sup>, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati<sup>2</sup>, Ni Desak Made Santi Diwyartha<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Politeknik Pariwisata Bali dan [kadekkarismayanti2003@gmail.com](mailto:kadekkarismayanti2003@gmail.com)

<sup>2</sup> Politeknik Pariwisata Bali dan [sulistyawati@ppb.ac.id](mailto:sulistyawati@ppb.ac.id)

<sup>3</sup> Politeknik Pariwisata Bali dan [santidiwyartha@ppb.ac.id](mailto:santidiwyartha@ppb.ac.id)

---

### ABSTRAK

---

Dalam industri perhotelan, karyawan merupakan aset utama yang sangat mempengaruhi kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Karyawan yang cenderung merasa lebih terlibat dan dihargai oleh perusahaan dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan loyalitas mereka terhadap perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh reward terhadap loyalitas karyawan pada hotel Saba Kuta. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 128 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yakni probability sampling dengan rumus slovin serta pendistribusian sampel mengacu kepada rumus stratified random sampling. Data diolah menggunakan SPSS versi 26 for windows untuk melakukan Uji Validitas & Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linier Sederhana, dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan dengan nilai t hitung sebesar  $14,856 > t$  tabel  $1,979$  dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  serta variabel Reward mampu menjelaskan variasi pada Loyalitas Karyawan sebesar 63,7%.

**Kata Kunci:** Loyalitas, Karyawan, Perhotelan, Reward, Hotel Saba Kuta

### ABSTRACT

---

In the hospitality industry, employees are the main asset that greatly influences service quality to create customer satisfaction. Employees who tend to feel more involved and valued by the company can increase their sense of ownership and loyalty to the company. This study was conducted with the aim of knowing the effect of rewards on employee loyalty at the Saba Kuta Hotel. The data collection method was carried out by distributing questionnaires to 128 respondents using sampling techniques, namely Probability sampling with the Slovin formula and sample distribution referring to the Stratified random sampling formula. The data was processed using SPSS version 26 for windows to conduct Validity & Reliability Test, Normality Test, Linearity Test, Heteroscedasticity Test, Simple Linear Regression Analysis, and t Test. The results showed that Reward had a positive and significant effect on employee loyalty with a t value of  $14.856 > t$  table  $1.979$  and a significance of  $0.000 < 0.05$  and the Reward variable was able to explain the variation in Employee Loyalty by 63.7%.

**Keywords:** Employee, Loyalty, Hospitality, Rewards, Saba Kuta Hotel

---

### PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu destinasi wisata utama di dunia, di mana sektor pariwisata menjadi penggerak utama perekonomian, termasuk industri perhotelan. Hotel-hotel di Bali bersaing memberikan pelayanan terbaik, dan hal ini sangat bergantung pada kualitas dan loyalitas karyawannya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), jumlah wisatawan mancanegara yang datang langsung ke Bali pada April 2024 mencapai 503.194 orang, naik 7,24% dibanding bulan sebelumnya. Tingginya arus wisatawan membuat tuntutan terhadap kinerja dan loyalitas karyawan semakin besar. Hotel Saba Kuta sebagai hotel bintang lima milik Marriott International mempekerjakan sebanyak 188 karyawan tetap (Hotel Saba Kuta, 2024).

Tabel 1. Rata – Rata Masa Kerja Karyawan Tetap Tahun 2024

No	Klasifikasi Masa Kerja Tahun 2024	Jumlah Karyawan	Persentase (%)
1	< 1 tahun	18	9,57%
2	≥ 1 – < 5 Tahun	84	44,7%
3	5 – 8 Tahun	74	39,36%
4	> 8 Tahun	12	6,38%
Total Karyawan		188	100%
Total Masa Kerja		667,81	
Rata-rata Masa Kerja		3,5	

Sumber: Human Resources Saba Kuta, 2025

Rata-rata masa kerja karyawan pada tahun 2024 adalah 3,5 tahun, dan sebagian besar masih dalam masa kerja 1–5 tahun. Kondisi ini menunjukkan bahwa loyalitas karyawan masih belum sepenuhnya kuat.

Tabel 2. Persentase Kehadiran Karyawan Tetap Hotel Saba Kuta Tahun 2023 & 2024

No	Tahun	Jumlah Karyawan	Persentase Kehadiran			
			Tepat Waktu		Terlambat	
1	2023	180	171	95%	9	5%
2	2024	188	165	88%	23	12%

Sumber: Human Resources Saba Kuta, 2025

Selain itu, tingkat turnover karyawan selama tahun 2024 mencapai 14%, di atas batas ideal menurut Gillies dalam Krismoko et al. (2024) yang menyebutkan angka turnover sehat sebaiknya tidak melebihi 10%. Data lain juga menunjukkan adanya penurunan disiplin kerja, ditandai dengan peningkatan keterlambatan dari 5% (2023) menjadi 12% (2024), serta rendahnya rasa kepemilikan terhadap fasilitas hotel.



Gambar 1. Fasilitas Gym & Locker Hotel Saba Kuta

Sumber: Human Resources Saba Kuta

Untuk meningkatkan loyalitas, salah satu strategi yang diterapkan adalah pemberian *reward*. Hotel Saba Kuta memiliki program penghargaan seperti *associate recognition* dan *You Deserve It Card*. Namun, pelaksanaannya dinilai belum transparan karena kurangnya kriteria yang jelas dan pemerataan nominasi. Padahal, menurut Agustin dan Budiman (2024), *reward* yang diberikan harus adil, konsisten, dan objektif agar berdampak terhadap loyalitas. Penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara *reward* dan loyalitas karyawan juga menunjukkan hasil yang bervariasi. Beberapa mendukung adanya pengaruh positif (Putri et al., 2022; Chandra et al., 2024), sementara lainnya tidak menemukan pengaruh signifikan (Zein & Nirawati, 2023; Budiartini

et al., 2024). Inkonsistensi ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut, khususnya di sektor perhotelan di Bali.

## LANDASAN TEORI

Loyalitas karyawan menjadi salah satu aspek penting dalam keberlangsungan dan kesuksesan sebuah organisasi. Loyalitas ini mencerminkan tingkat kesetiaan dan dedikasi karyawan terhadap perusahaan tempat mereka bekerja. Karyawan yang loyal umumnya menunjukkan sikap positif dalam bekerja, seperti ketekunan, tanggung jawab, disiplin, serta kesediaan untuk tetap bertahan di perusahaan meskipun menghadapi tantangan (Winaryanti et al., 2023). Lebih jauh, loyalitas juga mencakup aspek non-fisik seperti perhatian, pemikiran, dan komitmen yang ditujukan untuk mendukung tujuan organisasi secara menyeluruh. Menurut Yuyuk Liani (2023), loyalitas yang tinggi akan berdampak langsung pada meningkatnya kinerja karyawan dan kelangsungan operasional perusahaan. Pandangan serupa juga disampaikan oleh Letsoin dan Ratnasari (2020) yang menyatakan bahwa loyalitas dapat dilihat dari sikap kesetiaan karyawan kepada perusahaan. Alzen (2022) menambahkan bahwa loyalitas perlu dibangun dan dipelihara secara berkelanjutan karena loyalitas tidak hanya mencakup kesetiaan terhadap pekerjaan, tetapi juga terhadap rekan kerja dan perusahaan secara keseluruhan. Sementara itu, Selvia dan Karneli (2023) menekankan bahwa loyalitas karyawan tidak hanya terlihat dari lamanya bekerja, tetapi juga dari dedikasi dan keterikatan psikologis yang mereka tunjukkan terhadap perusahaan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan menurut Sabrina et al. (2024) meliputi persepsi terhadap kebijakan kesejahteraan, kompensasi total, pengakuan dan penghargaan, serta lingkungan kerja. Persepsi karyawan terhadap kebijakan kesejahteraan sangat penting karena program kesejahteraan yang baik seperti tunjangan kesehatan, pelatihan, dan keseimbangan kerja-kehidupan dapat meningkatkan rasa dihargai, sehingga berdampak pada meningkatnya loyalitas. Kompensasi total, baik dalam bentuk finansial maupun non-finansial, juga turut memberikan dampak besar terhadap loyalitas karena dianggap sebagai bentuk penghargaan nyata atas kontribusi karyawan. Selain itu, pengakuan dan penghargaan atas kinerja karyawan dapat meningkatkan motivasi dan memperkuat ikatan emosional dengan perusahaan. Lingkungan kerja yang positif, inklusif, serta didukung oleh komunikasi yang terbuka dan hubungan interpersonal yang baik akan mendorong karyawan untuk tetap bertahan dan berkontribusi dalam jangka panjang.

Loyalitas karyawan juga dapat dilihat dari berbagai dimensi dan indikator. Menurut Muhamad dan Manik (2023), dimensi loyalitas meliputi ketaatan terhadap peraturan, tanggung jawab terhadap pekerjaan, kemauan bekerja sama, rasa memiliki terhadap perusahaan, dan hubungan antar pribadi. Dimensi ini menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya sebatas pada kinerja formal, tetapi juga mencakup relasi sosial dan sikap terhadap organisasi. Wulandari et al. (2022) menambahkan satu dimensi penting

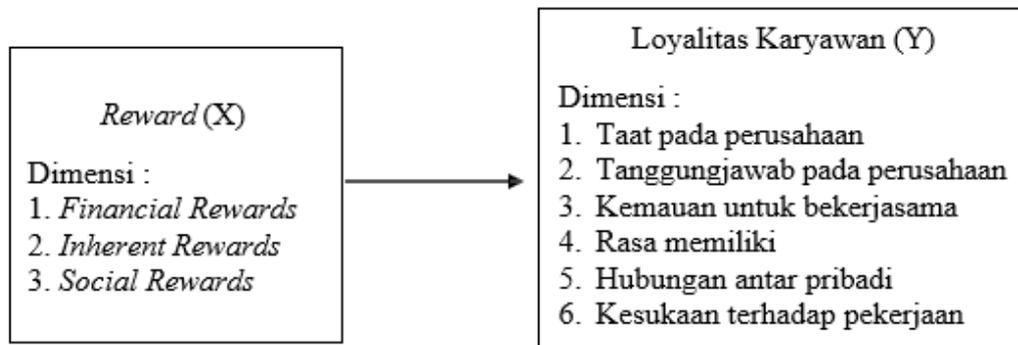
lainnya yaitu kesukaan terhadap pekerjaan, yang terlihat dari keunggulan karyawan dalam bekerja dan keikhlasan menjalankan tugas tanpa banyak menuntut. Penelitian ini menggunakan dimensi dan indikator loyalitas berdasarkan penelitian oleh Wulandari et al. (2022) sebagai acuan pengukuran.

Sedangkan reward atau penghargaan juga merupakan faktor penting dalam memengaruhi loyalitas dan motivasi kerja karyawan. Kata reward sendiri merujuk pada penghargaan atas prestasi yang dapat berupa materi maupun non-materi (Lestari & Saroyo, 2022). Menurut Lestari dan Muslihat (2023), reward adalah bentuk apresiasi atas kontribusi kerja karyawan yang membantu kelangsungan bisnis perusahaan. Agustin dan Budiman (2024) menyatakan bahwa reward dan recognition berperan penting dalam menciptakan karyawan yang profesional dan termotivasi. Recognition, yang bersifat non-finansial seperti pujian atau sertifikat, bertujuan untuk menunjukkan penghargaan nyata terhadap karyawan sehingga mereka merasa dihargai. Kedua bentuk reward ini memiliki peran strategis dalam membangun loyalitas dan kepuasan kerja.

Jenis-jenis reward menurut Ivancevich dalam Liana dan Dian (2021) terbagi menjadi reward ekstrinsik dan intrinsik. Reward ekstrinsik berasal dari luar individu seperti bonus dan tunjangan, sementara reward intrinsik lebih bersifat internal seperti kepuasan pribadi dan pencapaian. Kurnia dan Gunawan (2023) memperkenalkan konsep reward triangle yang terdiri dari direct financial reward (seperti gaji dan bonus), career advancement (promosi jabatan, cakupan tanggung jawab lebih luas), serta recognition (sertifikasi, penghargaan publik, dan lainnya). Reward yang efektif dipengaruhi oleh beberapa faktor. Maulia et al. (2024) mengidentifikasi empat faktor utama, yaitu konsistensi internal (keadilan antar posisi), kompetitivitas eksternal (penyesuaian dengan pasar tenaga kerja), kontribusi karyawan (imbalan sesuai hasil kerja), serta proses administrasi dan komunikasi yang jelas dalam pemberian reward. Dengan perencanaan dan evaluasi yang baik, reward dapat menjadi instrumen penting dalam manajemen sumber daya manusia.

Selanjutnya, reward juga memiliki dimensi dan indikator tertentu. Menurut Trihudyatmanto dan Sukardi (2023), dimensi reward yang digunakan di Hotel Sheraton Bali Kuta Resort terbagi atas financial rewards (gaji, insentif, bonus, uang lembur), inherent rewards (pengembangan karir, tanggung jawab, kesempatan belajar), dan social rewards (pengakuan atas kinerja, pujian dari atasan, sertifikat penghargaan, kesempatan menjadi mentor) yang masing-masing didukung oleh indikator spesifik dari Amalia et al. (2021), Manzoor et al. (2021), serta Mustika dan Hastini (2025). Tujuan utama pemberian reward, menurut Gibson dalam Dymastara (2020), adalah untuk menarik tenaga kerja berkualitas (attract), mempertahankan karyawan agar tidak pindah ke perusahaan lain (retain), serta memotivasi karyawan agar berprestasi lebih baik (motivate). Dengan sistem reward yang terencana dan tepat sasaran, perusahaan dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif, loyal, dan kompetitif.

## A. Model Penelitian



Gambar 2. Model Penelitian

Sumber: Penelitian, 2025

Berdasarkan Gambar 2.2 berupa model penelitian yang dapat digambarkan berdasarkan hipotesis yang mungkin terjadi yakni terdapat dua kemungkinan, yakni apakah *reward* berpengaruh terhadap loyalitas ataupun sebaliknya *reward* tidak berpengaruh terhadap loyalitas karyawan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel reward terhadap loyalitas karyawan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antar variabel yang dapat dihitung secara statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Hotel Saba Kuta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria karyawan tetap yang telah bekerja minimal satu tahun. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh hasil yang representatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator reward dan loyalitas karyawan. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala Likert dengan lima tingkat penilaian, dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh reward terhadap loyalitas karyawan. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi terbaru. Uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik (normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas) juga dilakukan untuk memastikan kelayakan data sebelum analisis regresi dilakukan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Bali Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reward terhadap loyalitas karyawan tetap di Hotel Saba Kuta. *Reward* yang dimaksud meliputi aspek finansial maupun non-finansial yang diterapkan oleh perusahaan kepada para karyawannya. Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel *reward* (X), ditemukan bahwa persepsi karyawan terhadap sistem *reward* secara umum berada dalam kategori baik. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 21–30 tahun (51,6%) dan 31–40 tahun (39,8%) yang mencerminkan mayoritas

karyawan berada pada masa produktif dan awal karier. Sejalan dengan penelitian oleh Hashiguchi et al. (2021), motivasi karyawan muda lebih banyak dipengaruhi oleh *reward* intrinsik seperti pengembangan keterampilan dan tantangan pekerjaan, sementara karyawan yang lebih senior cenderung lebih menghargai *reward* ekstrinsik seperti kompensasi finansial.

Karakteristik responden yang tersebar di berbagai departemen menunjukkan bahwa jumlah tertinggi berasal dari departemen Food & Beverage Production (18%), Front Office (14,8%), dan Food & Beverage Service (14,8%). Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden berasal dari lini operasional yang memiliki intensitas kerja tinggi dan interaksi langsung dengan tamu. Karyawan operasional cenderung lebih sensitif terhadap bentuk penghargaan yang diberikan, khususnya pengakuan sosial seperti pujian dari atasan atau sertifikat. Wanyonyi & Juma (2020) serta Kurniawan & Anindita (2021) menjelaskan bahwa *reward* sosial memainkan peran penting dalam menjaga semangat kerja dan motivasi di kalangan pekerja sektor layanan.

Selain itu, dilihat dari masa kerja, mayoritas responden memiliki masa kerja antara 1–4 tahun (45,3%) dan 5–8 tahun (38,3%). Masa kerja menengah ini merupakan periode penting dalam pembentukan loyalitas dan keterikatan karyawan terhadap perusahaan. Moon et al. (2024) menyatakan bahwa pemberian *reward* yang tepat selama masa kerja memiliki dampak signifikan terhadap keinginan karyawan untuk bertahan di perusahaan.

Berdasarkan rekapitulasi hasil kuesioner, diketahui bahwa dimensi *Social Rewards* memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,05 atau 80,9%, diikuti oleh *Inherent Rewards*, dan *Financial Rewards* yang memiliki nilai rata-rata terendah sebesar 4,00 atau 80,0%. Pernyataan tertinggi berasal dari indikator pujian dari atasan (81,9%), sementara yang terendah adalah bonus tahunan (79,2%). Meskipun seluruh dimensi berada dalam kategori “Baik”, masih terdapat aspek *reward* tertentu yang perlu ditingkatkan agar manfaatnya dapat dirasakan secara merata oleh seluruh karyawan.

Adapun hasil tabel untuk variabel loyalitas karyawan (Y) menunjukkan bahwa sebagian besar responden menunjukkan tingkat loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata tertinggi pada dimensi rasa memiliki sebesar 4,19 atau 83,8%, khususnya pada indikator menjaga citra baik perusahaan (84,1%). Dimensi dengan nilai terendah adalah hubungan antar pribadi sebesar 3,98 atau 80,2%, dengan pernyataan terendah mengenai kesulitan berkomunikasi dengan atasan (75,4%). Temuan ini mengindikasikan perlunya peningkatan komunikasi interpersonal di lingkungan kerja.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan dominasi laki-laki, namun berdasarkan penelitian Pulawan (2020), tidak terdapat perbedaan signifikan tingkat loyalitas antara karyawan laki-laki dan perempuan. Hal ini sejalan dengan perkembangan sosial budaya dan konsep kesetaraan gender yang memberikan peluang dan tanggung jawab yang sama di tempat kerja. Karakteristik usia juga turut mempengaruhi loyalitas, di mana individu berusia 25 tahun ke atas cenderung berada dalam tahap establishment (Yulianto & Martina, 2020), yaitu fase pencarian pekerjaan yang sesuai dengan tujuan pribadi, sementara individu berusia 40 tahun ke atas lebih fokus pada mempertahankan posisi kerja yang dimilikinya.

Uji regresi linear sederhana yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *reward* (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan (Y) dengan nilai  $t$  hitung sebesar 14,856 >  $t$  tabel 1,979 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,637 menunjukkan bahwa variabel *reward* mampu menjelaskan variasi loyalitas karyawan sebesar 63,7%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti persepsi terhadap kebijakan kesejahteraan, total kompensasi, dan lingkungan kerja (Sabrina et al., 2024).

Hasil ini diperkuat oleh beberapa penelitian sebelumnya. Imaniyah & Firdaus (2022) menyatakan bahwa *reward* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan di PT Anugrah Mitra Investa dengan nilai  $t$  hitung 2,514 >  $t$  tabel 2,026 dan signifikansi 0,016. Penelitian oleh Chandra et al. (2024) juga menunjukkan bahwa penghargaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan nilai koefisien 0,327 dan nilai signifikansi 0,009. Selanjutnya, Pratana & Sutisna (2022) dalam penelitiannya di PT Gabri Indo Italy menemukan bahwa *reward* memiliki korelasi yang sangat kuat dengan loyalitas ( $r = 0,837$ ) dan nilai signifikansi 0,000. Maka, hasil penelitian ini mempertegas pentingnya pemberian *reward* yang adil, konsisten, dan transparan sebagai strategi dalam membangun loyalitas karyawan yang tinggi. *Reward* dalam bentuk finansial seperti bonus dan insentif, maupun non-finansial seperti pelatihan dan pengakuan, terbukti mampu mendorong karyawan untuk tetap berkomitmen dan memiliki sikap positif terhadap perusahaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh reward terhadap loyalitas karyawan pada Hotel Saba Kuta, diperoleh temuan bahwa variabel reward (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan (Y). Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 14,856 lebih besar daripada  $t$  tabel sebesar 1,979, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif diterima, yang berarti semakin tinggi pemberian reward, maka semakin tinggi pula loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Selain itu, besarnya koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa variabel reward mampu menjelaskan variasi pada loyalitas karyawan sebesar 63,7%, sedangkan sisanya sebesar 36,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil ini mengindikasikan bahwa reward merupakan salah satu faktor penting yang berkontribusi dalam membentuk dan meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah disampaikan, disarankan kepada manajemen Hotel Saba Kuta untuk terus mempertahankan dan mengembangkan sistem reward yang telah diterapkan, terutama pada aspek-aspek yang memperoleh tanggapan positif dari karyawan, seperti pujian dan sertifikat penghargaan yang termasuk dalam dimensi social rewards. Selain itu, perlu dilakukan evaluasi secara rutin agar pemberian reward dapat dilakukan secara adil, transparan, dan merata di seluruh departemen. Perhatian juga perlu diberikan pada aspek reward yang memperoleh skor lebih rendah agar semua karyawan dapat merasakan manfaat yang sama, sehingga tercipta rasa keadilan dan peningkatan loyalitas terhadap perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya, disarankan agar mempertimbangkan variabel lain di luar reward, seperti kepemimpinan, kepuasan kerja, atau lingkungan kerja guna memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas karyawan.

## REFERENSI

Agustin, S., & Budiman, G. E. (2024). Pengaruh Sistem Reward Dan Recognition Terhadap Motivasi Dan Kinerja Karyawan Di Perusahaan Explore Wisata Organizer. *Jurnal Syntax Admiration*, Vol 5(9), 3302–3310.

- Alzen. (2022). Loyalitas Karyawan: Dengan Sistem Kompensasi Dan Lingkungan Kerja. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vol 5(2), 177–189.
- Budiartini, N. N., Novita, M., Lestari, D., & Sutrisna, I. P. E. (2024). Hubungan Reward Dengan Loyalitas Karyawan Pada Industri Perhotelan. Vol 4(1), 73– 86.
- Chandra, A., Rastitiati, N. K. J., & Kalpikawati, I. A. (2024). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Penghargaan Terhadap Loyalitas Karyawan Di Xyz Hotel Bali Uluwatu. *Journal Of Hospitality Accommodation Management (JHAM)*, Vol 3(1), 1–10.
- Dymastara, E. S. (2020). Pengaruh Reward Dan Punishment Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Sandabi Indah Lestari Bengkulu Utara. *Sosiohumanitas*, 20(2), 54–63.
- Kurniawan, R., & Anindita, R. (2021). Impact Of Perceived Supervisor Support And Rewards And Recognition Toward Performance Through Work Satisfaction And Employee Engagement In Employee Marketing Banks. *Business And Entrepreneurial Review*, Vol 2 (1), 171–192.
- Lestari, N. F., & Muslihat, A. (2023). Pengaruh Pemberian Reward Dan Punishment Terhadap Motivasi Kerja (Studi Kasus Karyawan Di Cikarang). *Jurnal Perspektif*, Vol 2 (2), 137–142.
- Lestari, S., & Saroyo. (2022). Pengaruh Reward Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Cv. Agung Putra Jaya Mandiri Kabupaten Tabalong. *Jurnal STIA Tabalong*, Vol 5(2), 1065–1077.
- Letsoin, V. R., & Ratnasari, S. L. (2020). Pengaruh Keterlibatan Karyawan, Loyalitas Kerja Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Dimensi*, Vol 9(1), 17–34.
- Liana, Y., & Dian, A. A. (2021). Reward Dan Punishmen Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Motivasi. *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol 18(1), 390–409.
- M.Trihudiyatmanto, & Sukardi Sukardi. (2023). Sistem Penghargaan (Rewards) Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Perusahaan Swasta. *Serat Acitya*, Vol 12(1), 45–54.
- Maulia, R. I., Situmorang, B. B., Raya, S. C., & Sukma, A. V. (2024). Pengaruh Beban Kerja Dan Sistem Penghargaan Terhadap Kinerjapegawai. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 2(1), 92–108.
- Moon, K. K., Lim, J., & Kim, J. S. (2024). Examining The Effect Of Organizational Justice On Turnover Intention And The Moderating Role Of Generational Differences: Evidence From Korean Public Employees. *Journal Sustainability (Switzerland)*, Vol 16(6).
- Muhamad, M., & Manik, C. D. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Loyalitas Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Firma Am Badar & Am Badar Jakarta Pusat. *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 325–333.
- Pratana, F., & Sutisna, N. (2022). Analisis Mengenai Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja Dan Reward Terhadap Loyalitas Karyawan Pada PT Gabri Indo Italy. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, Vol 2(2), 1–10.
- Pulawan, I. M. (2020). Pengaruh Gender, Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Pada CV. Shade Collection Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, Vol 19(2), 143–153.
- Putri, V. I., Tewel, B., & Walangitan, M. D. B. (2022). Pengaruh Pemberian Reward Dan Punishment Terhadap Loyalitas Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Pt. Bri (Persero) Tbk. Kantor Cabang Manado). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol 10(2), 207.
- Sabrina, D., Azzahra, N., Nazwa, N., Mandafani, N., & Priatna, S. (2024). Pengaruh Kebijakan Kesejahteraan Karyawan Terhadap Loyalitas Di Perusahaan Telekomunikasi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Terpadu*, Vol 8(12), 285–293.
- Selvia, S., & Karneli, O. (2023). Pengaruh Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan Melalui Kepuasan Kerja. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, Vol 10(2), 103–113.
- Wanyonyi, D. ., & Juma, D. (2020). Influence Of Employee Perceptions Of Reward Management Practices On Employee Performance At Kenya Urban Roads Authority. *Strategic Journal Of Business & Change Management*, Vol 7(3).
- Winaryanti, M. P., Christian Wiradendi Wolor, & Marsofiyati Marsofiyati. (2023). Analisis Loyalitas Kerja Karyawan Pada PT. XYZ. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol 4(1), 253–267.
- Yulianto, A., & Martina, D. (2020). Hubungan Iklim Organisasi Dan Loyalitas Karyawan Pada Sebuah Perusahaan E-Commerce Di Jakarta. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, Vol 16(1), 29–36.
- Yuyuk Liani. (2023). Loyalitas Karyawan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Lensa Informatika Surabaya. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol 20(1), 821 - 829.
- Zein, S. A., & Nirawati, L. (2023). Pengaruh Reward Kerja, Stres Kerja, Motivasi Kerja, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Divisi Marketing Pada PT Pilar Bangun Kencana Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol 6(3), 3176–3190