

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, FASILITAS, TERHADAP
KINERJA KARYAWAN PADA USAHA *EIGHT BARBERSHOP*
YANG BERLOKASI DI JL. KARYA WISATA MEDAN JOHOR**

SKRIPSI

OLEH :

ISMAYANTI TELAUMBANUA

188320071



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/8/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)24/8/22

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, FASILITAS, TERHADAP
KINERJA KARYAWAN PADA USAHA *EIGHT BARBERSHOP*
YANG BERLOKASI DI JL. KARYA WISATA MEDAN JOHOR**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area**

OLEH :

ISMAYANTI TELAUMBANUA

188320071

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 24/8/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)24/8/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Fasilitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Usaha *Eight Barbershop* Yang Berlokasi Di Jl. Karya Wisata Medan Johor

Nama : **ISMAYANTI TELAUMBANUA**

NPM : 18.832.0071

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

(Ahmad Rafiqi, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)

Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Rafiqi, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan

(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 13 Juni 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabiladikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 13 Juni 2022



ISMAYANTI TELAUMBANUA
NPM : 188320071

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ISMAYANTI TELAUMBANUA

NPM : 188320071

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Media Sosial, Fasilitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada Usaha *Eight Barbershop* Yang Berlokasi Di Jl. Karya Wisata Medan Johor**. Dengan Hak Bebas Royalti format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal: 13 Juni 2022
Yang menyatakan



ISMAYANTI TELAUMBANUA
NPM : 188320071

RIWAYAT HIDUP

Peneliti lahir di Mentawai pada tanggal 07 April 2000 dari Ayah Sozanolo Telaumbanua dan Susanti Saogo. Peneliti merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Tahun 2018 peneliti lulus dari SMK Swasta Kristen BNKP Kota Gunungsitoli dan pada tahun 2018 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



PENGARUH MEDIA SOSIAL, FASILITAS, TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA USAHA *EIGHT BARBERSHOP* YANG BERLOKASI DI JL. KARYA WISATA MEDAN JOHOR

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh media sosial terhadap kinerja karyawan pada usaha *Eight Barbershop* yang berlokasi di Jl. Karya Wisata Medan Johor, 2) pengaruh fasilitas terhadap kinerja karyawan pada usaha *Eight Barbershop* yang berlokasi di Jl. Karya Wisata Medan Johor, 3) Pengaruh media sosial, fasilitas terhadap kinerja karyawan pada usaha *Eight Barbershop* yang berlokasi di Jl. Karya Wisata Medan Johor. Penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 202 pelanggan pada usaha *Eight Barbershop* di Jl. Karya Wisata Medan Johor. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 67 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif media sosial terhadap kinerja karyawan pada *Eight Barbershop* di Jl. Karya Wisata Medan Johor, dibuktikan variabel media sosial mempunyai nilai T_{hitung} sebesar 6.826 dengan ini nilai signifikansi sebesar 0,000 dan jumlah T_{tabel} sebesar 1,997, dan nilai signifikan sebesar 0,05 maka bisa ditentukan bahwasannya $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($6.826 > 1,997$), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; (2) terdapat pengaruh positif fasilitas terhadap kinerja karyawan pada *Eight Barbershop* di Jl. Karya Wisata Medan Johor, dibuktikan variabel fasilitas mempunyai nilai T_{hitung} sebesar 4.453 dengan ini nilai signifikansi sebesar 0,000 dan jumlah T_{tabel} sebesar 1,997, dan nilai signifikan sebesar 0,05 maka bisa ditentukan bahwasannya $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4.453 > 1,997$), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. (3) Terdapat pengaruh media sosial fasilitas secara bersama-sama terhadap kinerja karyawan pada *Eight Barbershop* di Jl. Karya Wisata Medan Johor, dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar 143.709. Didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 143.709 dengan tingkat signifikan (Sig.) sebesar 0,000^b. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($143.709 > 3,14$) atau signifikan (Sig.) 5% ($0,000 < 0,05$) artinya bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada *Eight Barbershop* Medan Johor. Yang berarti adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata kunci : Media Sosial, Fasilitas, Kinerja Karyawan

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, FACILITIES, ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN EIGHT BARBERSHOP BUSINESS LOCATED ON JL. KARYA WISATA MEDAN JOHOR

ABSTRACT

This study aims to determine: 1) the effect of social media on employee performance at the Eight Barbershop business located on Jl. Karya Wisata Medan Johor, 2) the influence of facilities on employee performance at the Eight Barbershop business located on Jl. Medan Johor Tourism Work, 3) The influence of social media, facilities on employee performance at the Eight Barbershop business located on Jl. Medan Johor Tourism Works. This research is a survey research. The population in this study were 202 customers at the Eight Barbershop business on Jl. Medan Johor Tourism Work. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 67 respondents. The data collection technique used a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is multiple regression. The results showed that: (1) there was a positive influence of social media on employee performance at Eight Barbershop on Jl. Karya Wisata Medan Johor, it is proven that the social media variable has a Tcount value of 6,826 with this a significance value of 0.000 and a Ttable of 1.997, and a significant value of 0.05, it can be determined that $Tcount > Ttable$ ($6,826 > 1,997$), and a significance value of $0.000 < 0.05$; (2) there is a positive influence of facilities on employee performance at Eight Barbershop on Jl. Karya Wisata Medan Johor, it is proven that the facility variable has a Tcount of 4.453 with this a significance value of 0.000 and a T-table of 1.997, and a significant value of 0.05, it can be determined that $Tcount > Ttable$ ($4.453 > 1.997$), and a significance value of $0.000 < 0.05$. 3) There is a joint influence of social media and facilities on employee performance at Eight Barbershop on Jl. Medan Johor Tourism Work, as evidenced by the Fcount of 143,709. The Fcount value is 143,709 with a significant level (Sig.) of 0.000b. So $Fcount > Ftable$ ($143,709 > 3.14$) or significant (Sig.) 5% ($0.000 < 0.05$) means that social media variables have a positive and significant impact on employee performance at Eight Barbershop Medan Johor. Which means that H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keywords: Social Media, Facilities, Employee Performance

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL, FASILITAS, TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA USAHA *EIGHT BARBERSHOP* YANG BERLOKASI DI JL.KARYA WISATA MEDAN JOHOR ”** ini dengan baik, yang menjadi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area.

Skripsi ini banyak mendapat bimbingan dan dukungan serta arahan dari berbagai pihak, Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

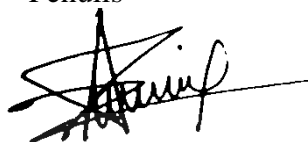
1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng,M.Sc.selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMAselaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
3. Ibu Sari Nuzulinna Rahmadhani, SE, Ak, M.Accselaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat merangkap Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Wan Rizka Amelia, SE,M.Si selaku Wakil Dekan Bidang SDM dari Administrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
5. Ibu Dr. Wan Suryani,S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
6. Ibu Rana Fathinah Ananda, SE, M. Siselaku Wakil Dekan Bidang Kerja Sama dan Sistem Informasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Ibu Nindya Yunita S.Pd,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.

8. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, Ph.D CIMA, selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membantu dan memberikan dukungan, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Dr. Syafrida Hafni Sahir SE,M.Si, selaku Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan masukan, saran serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak Alfifto, SE,M.Si selaku Dosen Sekretaris saya yang telah membantu dan meluangkan waktunya guna membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Dosen dan Staff Pegawai Universitas Medan Area yang telah memberikan motivasi dan pengetahuan serta kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Yang istimewa untuk orang tua saya Bapak Sozanolo Telaumbanua dan Ibu Saya Susanti Saogo, abang saya Saut Parningotan Telaumbanua, serta adik saya Mila dan Elin Telaumbanua. Yang selalu memberikan semangat dan dukungan setiap harinya dalam bentuk Doa maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
13. Teruntuk Sahabat tercinta saya Berkat Kristian Waruwu, Nuzul F. Symbolon, Winda Elsin Br Munthe, Angel, serta seluruh teman seperjuangan saya kelas manajemen A1 yang telah membantu doa, memotivasi serta menyemangati saya dalam penyelesaian skripsi ini.

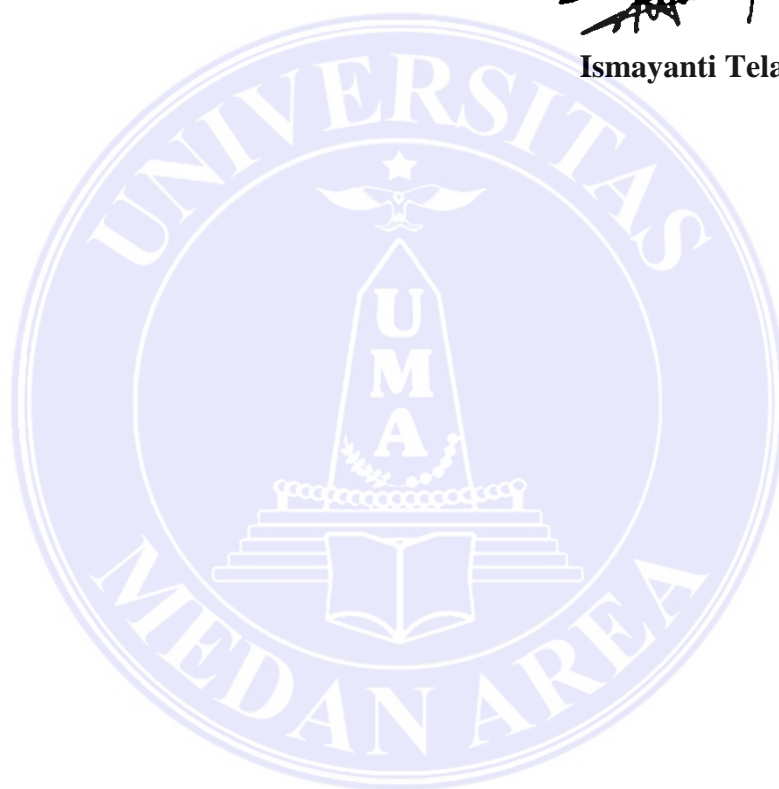
Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 18 November 2021

Penulis



Ismayanti Telaumbanua



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	
HALAMAN PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI	
RIWAYAT HIDUP	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Media Sosial.....	7
2.1.1 Pengertian Media Sosial.....	7
2.1.2 Fungsi Media Sosial.....	7
2.1.3 Manfaat Media Sosial	8
2.1.4 Macam-macam Media Sosial	9
2.1.5 Indikator Media Sosial	9
2.2 Fasilitas	10
2.2.1 Pengertian Fasilitas	10
2.2.2 Fungsi Fasilitas Kerja.....	11
2.2.3 Indikator Fasilitas Kerja.....	12
2.3 Kinerja Karyawan	12
2.3.1 Pengertian Kinerja Karyawan	12
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan.....	12
2.3.3 Indikator Kinerja Karyawan.....	14
2.4 Hubungan Variabel	14
2.4.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja Karyawan.....	14
2.4.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kinerja Karyawan.....	15
2.4.3 Pengaruh Media Sosial, Fasilitas, Terhadap Kinerja Karyawan.....	16
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang	19
2.7 Kerangka Konseptual.....	20
2.8 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis, Tempat, Dan Waktu Penelitian	23

3.1.1 Jenis Penelitian.....	26
3.1.2 Tempat Penelitian	26
3.1.3 Waktu Penelitian.....	24
3.2 Populasi Dan Sampel	24
3.2.1 Populasi.....	24
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel	26
3.4 Jenis Dan Sumber Data.....	28
3.4.1 Jenis Data.....	28
3.4.2 Sumber Data.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Uji Instrumen	30
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	31
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.4 Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Deskriptif Responden Penelitian.....	36
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.1.2 Berdasarkan Usia Responden	36
4.1.3 Berdasarkan Pendapatan Responden	37
4.2 Penyajian Data Angket Responden Penelitian.....	37
4.2.1 Variabel Media Sosial.....	38
4.2.2 Variabel Fasilitas	39
4.2.3 Variabel Kinerja Karyawan	41
4.3 Metode Analisis Data.....	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Reliabilitas	44
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Uji Normalitas Data	45
4.5 Uji Heteroskedastisitas.....	48
4.5.1 Uji Multikolinearitas.....	49
4.5.2 Model Regresi Linear Berganda	49
4.5.3 Uji Hipotesis	51
4.5.3.1 Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.5.3.2 Uji F.....	52
4.5.3.3 Uji T	53
4.6 Pembahasan Analisis Data.....	55
4.6.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja Karyawan.....	55
4.6.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kinerja Karyawan.....	55
4.6.3 Pengaruh Media Sosial, Fasilitas Terhadap Kinerja Karyawan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Perbulan	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	24
Tabel 3.2 Operasional Dan Indikator Variabel	28
Tabel 3.3 Skala Likert	30
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.2 Usia Responden.....	37
Tabel 4.3 Pendapatan Responden	37
Tabel 4.4 Tabulasi Data Responden Variabel Media Sosial.....	38
Tabel 4.5 Tabulasi Data Responden Variabel Fasilitas	40
Tabel 4.6 Tabulasi Data Responden Variabel Kinerja Karyawan	41
Tabel 4.7 Estimasi Uji Validitas	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas X1, X2 dan X3	44
Tabel 4.9 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.11 Coefficients ^a	50
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.13 Uji F	53
Tabel 4.14 Uji T	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	46
Gambar 4.2 Grafik Normal Probability	47
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	61
Lampiran 2 Distribusi Jawaban Responden.....	65
Lampiran 3 Identitas Responden.....	70
Lampiran 4 Tanggapan Responden mengenai Media Sosial (X_1).....	73
Lampiran 5 Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas (X_2).....	75
Lampiran 6 Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Karyawan (Y).....	76
Lampiran 7 Uji Regresi Linear Berganda.....	78
Lampiran 8 Uji Normalitas.....	79
Lampiran 9 Uji Multikolinieritas.....	80
Lampiran 10 Uji Heteroskedastitas.....	80
Lampiran 11 Koefisien Determinasi (R^2).....	81
Lampiran 12 Uji Signifikan Parsial (Uji T).....	81
Lampiran 13 Foto Pengelola <i>Eight Barbershop</i> Jl.Karya Wisata Medan Johor....	82
Lampiran 14 Surat Riset Fakultas Dan Surat Surat Selesai Riset.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kota Medan merupakan pusat ekonomi dan pusat komersial. Perubahan zaman yang semakin pesat berbanding lurus dengan perubahan sosial kultural di masyarakat, termasuk gaya hidup yang semakin dipengaruhi oleh arus modernisasi. Segalanya dapat diakses melalui kecanggihan teknologi, sehingga apa yang menjadi *trend* saat ini dijadikan sebagai tolak ukur setiap orang. Baik dalam *fashion, food, film* dan lain-lain. *Fashion dan Mode* tidak hanya dari cara berpakaian tetapi gaya rambut pun termasuk ke dalam *fashion dan mode*.

Setiap elemen dalam penampilan seseorang diperhatikan secara detail. Tidak hanya bagi wanita yang sudah dikenal amat sangat memperhatikan penampilan dan perawatan tubuh baik kulit rambut dan riasan wajah. Fenomena ini pun berlaku pada laki-laki, yang saat ini mulai memperhatikan penampilan dan perawatan tubuh. Kecenderungan pria yang mulai melakukan perawatan rambut, kulit, kuku dan lain-lain. Sehingga muncul lah peluang bisnis bagi pelaku bisnis, kemunculan *barbershop* yang kini mulai luas seolah menjawab kebutuhan laki-laki akan perawatan dirinya. *Barbershop* di Medan sangatlah banyak, dari mulai kelas menengah ke bawah, menengah ke atas dan juga kelas atas.

Persaingan *barbershop* di kota Medan sangatlah ketat sekali, sehingga membuat *barbershop* di kota Medan berlomba-lomba mencari klien dengan cara promosi melalui media sosial dengan cara menarik dan unik, bahkan *barbershop* menawarkan fasilitas yang aman dan nyaman bagi setiap klien yang datang

berkunjung dan *barbershop* juga tidak lupa memperhatikan kinerja karyawan karena hal tersebut juga dapat berpengaruh pada kenyamanan dan kepuasan setiap klien yang datang.

Kata barber berasal dari bahasa latin yaitu *barba* (jenggot) dimana seorang barber itu merupakan orang yang memiliki pekerjaan utama dalam hal memotong rambut, merawatrambut, dan membuat gaya rambut laki-laki, tempat bekerjanya disebut *barbershop* atau salon.

Pengertian media sosial menurut Philip Kotler(2016) adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbasis teks, gambar, suara dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan. Adapun pengertian lain media sosial menurut Caleb Car (2015) mengemukakan bahwa media sosial yaitu“media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain”.

Fasilitas memiliki peran yang cukup penting, karena fasilitas menjadi alat pendukung dalam sebuah perusahaan. Fasilitas dalam sebuah usaha juga merupakan hal yang sangat diperhatikan dikarenakan dengan adanya penunjang fasilitas yang cukup baik dapat membuat pelanggan juga merasa tertarik dan nyaman terhadap usaha kita. Adapun pengertian fasilitas menurut Kotler (2017) mengemukakan bahwa “segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.

Jadi, fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada dalam sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen”.

Kinerja Karyawan termasuk dalam faktor yang sangat penting bagi perusahaan. Hal ini karena kinerja karyawan sebagai penentu keberhasilan perusahaan tersebut. Untuk mencapai tujuan perusahaan sangat bergantung pada sumber daya manusia. Adapun pengertian kinerja karyawan menurut Mangkunegara (2009) pengertian kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.

Barbershop terlihat dari interior yang unik dan elegan tentunya untuk menarik perhatian setiap konsumen ataupun pelanggan yang ingin datang merapikan rambutnya, dan konsumen yang datang tentunya dengan karakter yang berbeda-beda dan juga memiliki rambut yang berbeda-beda pula. Dari hal tersebut penulis melihat adanya upaya-upaya dalam menarik konsumen dan dapat menambah jumlah pelanggan yang datang pada usaha *barbershop* tersebut.

Media sosial, fasilitas, dan kinerja karyawan memiliki peran penting nya masing-masing dalam hal meningkatkan jumlah pelanggan. Seperti yang kita ketahui media sosial sangat memiliki perkembangan yang sangat pesat dikalangan masyarakat, dalam dunia bisnis media sosial sangat memiliki peranan penting dimana media sosial dijadikan alat promosi bisnis sehingga usaha kita dapat tersebar luas dan dikenal banyak di masyarakat sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi jumlah pelanggan, dengan semakin banyak diketahui maka pelanggan bisa menjadikan usaha kita menjadi salah satu tujuan untuk

kepentingannya seperti halnya pada usaha *barbershop*. Begitu juga dengan fasilitas dan kinerja karyawan, Fasilitas merupakan sarana pendukung dalam bekerja. Dengan adanya fasilitas yang memadai tentunya akan lebih memudahkan karyawan melakukan pekerjaan sehingga konsumen yang merasakan fasilitas yang tersedia pada usaha kita tentunya merasa puas dan nyaman, dengan begitu banyak pelanggan yang akan datang berulang-kali atau bahkan merekomendasikan tempat usaha kita kepada orang lain sehingga jumlah pelanggan dapat meningkat. Demikian juga pada kinerja karyawan, kinerja karyawan memiliki peranan penting dalam suatu perusahaan. Dengan adanya kinerja karyawan yang cukup handal atau ahli dalam bidangnya tentunya akan menguntungkan usaha kita. Pelanggan juga akan merasa sangat puas dengan kinerja karyawan yang ada di perusahaan sehingga mereka menjadikan kinerja tolak ukur untuk datang kembali ke tempat usaha kita.

Tabel 1.1
Pendapatan/Perbulan

NO	BULAN	PENDAPATAN	KENAIKAN/PENURUNAN PENDAPATAN
1	Oktober 2020	Rp. 24.500.000	
2	November 2020	Rp. 25.630.000	(+) Rp. 1.130.000
3	Desember 2020	Rp. 24.250.000	(-) Rp 1.380.000
4	Januari 2021	Rp. 26.050.000	(+) Rp 1.800.000
5	Februari 2021	Rp. 26.570.000	(+) Rp 520.000
6	Maret 2021	Rp. 25.890.000	(-) Rp 680.000
7	April 2021	Rp. 24.320.000	(-) Rp 1.570.000
8	Mei 2021	Rp. 25.510.000	(+) Rp 1.190.000
9	Juni 2021	Rp. 27.540.000	(+) Rp 2.030.000
10	Juli 2021	Rp. 27.970.000	(+) Rp 430.000
11	Agustus 2021	Rp. 26.210.000	(-) Rp 1.760.000
12	September 2021	Rp. 27.370.000	(+) Rp 1.160.000

Sumber : Pemilik *Eight Barbershop* (2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 , dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi pendapatan perbulannya. Berdasarkan hasil survei penulis, menyatakan bahwa penurunan

pendapatan yang dialami pada *Eight Barbershop* tersebut diduga munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Oleh karena itu pelaku usaha wajib memikirkan strategi supaya dapat bersaing dan bertahan didalam menjalankan usaha *barbershop*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah judul “ **PENGARUH MEDIA SOSIAL, FASILITAS, TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA USAHA *EIGHT BARBERSHOP* YANG BERLOKASI DI JL.KARYA WISATA MEDAN JOHOR**” .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap kinerja karyawan pada usaha *Eight Barbershop*.
2. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kinerja karyawan pada usaha *Eight Barbershop*.
3. Bagaimana pengaruh media sosial,fasilitas terhadap kinerja karyawan pada usaha *Eight Barbershop*.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui Pengaruh media sosial, dan fasilitas, Terhadap kinerja karyawan pada usaha *Eight Barbershop* di Jl.Karya Wisata Medan Johor .

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian tersebut adalah:

1. Bagi Pihak Mahasiswa

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan topik penelitian.

2. Bagi Akademisi

Diharapkan dapat menjadi sumber informasi dari referensi untuk memungkinkan penelitian selanjutnya mengenai topik-topik berkaitan, baik yang bersifat melanjutkan atau melengkapi.

3. Manfaat Praktis

Diharapkan pada pihak usaha *Eight Barbershop*, semoga penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk peningkatan jumlah pelanggan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Media Sosial

2.1.1. Pengertian Media Sosial

Media sosial termasuk golongan media yang terus menanjak popularitasnya, tak hanya dari sisi pengguna biasa, tapi juga dari sisi bisnis atau sebagai *platform* pendukung kegiatan menurut Dr.Rulli Nasrullah (2016) dalam buku media sosial, menyimpulkan bahwa media sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, kerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Dapat disimpulkan dengan adanya media sosial masyarakat dengan mudah melakukan komunikasi, kolaborasi, dan berinteraksi secara tulisan, visual, maupun audiovisual contohnya Facebook, Instagram, dan lainnya.

2.1.2. Fungsi Media Sosial

Menurut Puntoadi (2011), fungsi media sosial diantaranya sebagai berikut:

- a. Keunggulan membangun *personal branding* melalui media sosial adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.

- b. Media sosial memberikan sebuah kesempatan yang berfungsi untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan sebuah konten komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial pula berbagai para pemasar dapat mengetahui kebiasaan dari konsumen mereka dan melakukan suatu interaksi secara *personal*, serta dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

2.1.3 Manfaat Media Sosial

Menurut Gunelius (2011) tujuan penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

- a. Membangun hubungan: adalah cara kita menumbuhkan hubungan yang erat antar pengguna media sosial dengan konsumen secara aktif.
- b. Membangun merek: komunikasi melalui media sosial memberikan cara untuk meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan pengenalan dan ingatan terhadap merek serta meningkatkan loyalitas merek.
- c. Publisitas: pemasaran melalui media sosial dapat memberikan diskon eksklusif dan peluang untuk orang lain dan orang-orang merasa dihargai serta dapat memenuhi tujuan jangka pendek.
- d. Riset pasar: menggunakan peralatan dari *web* untuk belajar mengenai konsumen, membuat profil demografi, mencari tahu mengenai keinginan konsumen, dan belajar tentang menghadapi pesaing.

2.1.4 Macam-macam Media Sosial

Menurut Kotler (2016) ada tiga *platform* utama untuk media sosial:

a. *Online Communities and Forums*

Komunitas online dan forum banyak dibuat oleh pelanggan tanpa bunga komersial dan disponsori oleh perusahaan yang anggotanya berkomunikasi dengan perusahaan dan satu sama lain melalui posting, *instant messaging*, dan *chatting* diskusi tentang minat khusus yang berhubungan dengan produk perusahaan dan merek.

b. *Blogs*

Ada banyak masyarakat yang menggunakan blog dan sangat bermacam-macam, diantaranya yaitu teman-teman dekat, keluarga, dan tentunya menjangkau khalayak luas.

c. *Social Networks*

Jaringan sosial kini sangat luas perannya baik dalam bisnis ke konsumen dan pemasaran bisnis ke bisnis. Seperti sosial media Facebook, Twitter, Blackberry Messenger, dan lain-lain.

2.1.5 Indikator Media Sosial

Media Sosial merupakan sesuatu yang terus berkembang mengikuti zaman. Di dalam sebuah bidang penelitian, media sosial digunakan dalam hal promosi usaha, menurut Chris pendiri *social media club* dan inovator media baru

yang dimuat dalam buku Engage (Solis,2010) bahwa terdapat 4 indikator dalam menggunakan media sosial,yaitu:

1. Konteks

Yaitu bagaimana kita merangkai sebuah kata-kata menjadi suatu cerita atau informasi yang menarik dan dapat dimengerti oleh khalayak.

2. Komunikasi

Yaitu bagaimana cara kita menyampaikan sebuah informasi kepada orang lain.

3. Kolaborasi

Yaitu bagaimana dua pihak atau lebih dapat bekerja sama dengan menyatukan persepsi dan kemampuan masing-masing untuk membuat hal lebih baik dan lebih efisien dan efektif.

4. Koneksi

Yaitu bagaimana cara meningkatkan dan mempertahankan hubungan yang terjalin supaya tetap berkelanjutan agar pengguna merasakan lebih dekat kepada perusahaan yang menggunakan media sosial.

2.2 Fasilitas

2.2.1 Pengertian Fasilitas

Fasilitas merupakan faktor penunjang yang digunakan yang digunakan perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Fasilitas merupakan hal yang harus diperhatikan perusahaan untuk memudahkan konsumen mendapatkan kebutuhan-kebutuhannya. Sebelum perusahaan menawarkan jasa, perusahaan terlebih dahulu harus menyediakan fasilitas yang mendukung jasa

yang akan ditawarkan. Adapun menurut Tjiptono (2014) mengemukakan bahwa fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior, dan kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung. Karena, persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas jasa berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata konsumen.

2.2.2 Fungsi Fasilitas Kerja

Berkaitan dengan ketersediaan fasilitas untuk menunjang proses pelaksanaan pekerjaan. Menurut Moenir (2016) mengemukakan bahwa fungsi dari fasilitas kerja adalah sebagai berikut:

- a. Mempercepat proses pelaksanaan pekerjaan, sehingga dapat menghemat waktu
- b. Meningkatkan produktivitas, baik barang ataupun jasa
- c. Kualitas produk yang lebih baik atau terjamin
- d. Ketepatan susunan dan stabilitas ukuran terjamin
- e. Lebih mudah atau sederhana dalam gerak para pekerjanya
- f. Menimbulkan rasa kenyamanan bagi orang-orang yang berkepentingan sehingga dapat mengurangi emosional mereka.

2.2.3 Indikator Fasilitas kerja

Indikator fasilitas kerja harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan dengan tujuan meningkatkan produktifitas kerjanya. Indikator fasilitas kerja menurut Faisal (2005) adalah sebagai berikut:

- a. Sesuai dengan kebutuhan
- b. Dapat mengoptimalkan hasil kerja
- c. Mudah dalam penggunaan
- d. Mempercepat proses kerja
- e. Penempatan ditata dengan benar

2.3 Kinerja Karyawan

2.3.1 Pengertian Kinerja Karyawan

Menurut Moehariono (2010), dalam bukunya “Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetisi” ia memberi penjelasan mengenai kinerja karyawan sebagai hasil yang dapat dicapai sekelompok dalam suatu organisasi dengan cara kualitatif maupun kuantitatif sesuai dengan tugas dan tanggung jawab mereka masing-masing dalam upaya untuk secara hukum mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan tanpa melanggar hukum dan sesuai dengan moralitas atau etika.

2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan

Menurut Simanjuntak (2005) kinerja setiap orang dipengaruhi oleh banyak faktor yang dapat digolongkan pada tiga kelompok, yaitu:

1. Kompetensi Individu

Kompetensi individu adalah kemampuan dan keterampilan dalam bekerja. dapat dikelompokkan dua golongan yaitu:

- a. Kemampuan dan Keterampilan Kerja. Yaitu hasil kerja yang dicapai seseorang untuk melaksanakan tugas yang dibebankan yang didasarkan atas pendidikan, akumulasi pelatihan, dan pengalaman kerjanya.
- b. Motivasi dan etos kerja. Untuk menumbuhkan semangat kerja. Didasari dengan latar belakang keluarga, lingkungan masyarakat, budaya dan nilai-nilai agama yang dianutnya.

2. Dukungan Organisasi

Pengorganisasian dimaksud memberi pemahaman kepada unit kerja dan setiap orang mengenai tujuan yang harus dicapai dan cara mencapai tujuan tersebut.

3. Dukungan Manajemen

Setiap perusahaan sangat bergantung pada kemampuan manajemen atau pimpinan, dalam hal meningkatkan sistem kerja dan hubungan kerja yang aman dan tentram. Untuk pengembangan kompetensi pekerja, manajemen dapat melakukan antara lain:

- a. Mengidentifikasi dan memaksimalkan kegunaan kekuatan, keunggulan dan potensi yang punya oleh setiap pekerja.
- b. Mendorong pekerja agar memiliki minat belajar yang tinggi sehingga dapat meningkatkan pengetahuan pekerja.

- c. Membuka peluang yang banyak kepada pekerja untuk belajar.

2.3.3 Indikator Kinerja Karyawan

Menurut Sutrisno (2009) ada enam indikator dari kinerja yakni:

1. Hasil Kerja

Yaitu dimana proses kegiatan yang dilakukan setiap hari dalam mendukung operasioanal bank. Misalnya: menyediakan kebutuhan data dan melakukan jurnal transaksi yang diteliti.

2. Pengetahuan Pekerjaan

Yaitu seberapa banyak pengetahuan yang terkait terhadap pekerjaan yang akan berpengaruh langsung terhadap kuantitas dan kualitas dari hasil kerja.

3. Inisiatif

Yaitu cara berpikir yang berbeda dalam setiap pengambilan keputusan kerja, contohnya mengetahui dan memahami persoalan dilingkungan kerja.

4. Kecekatan Mental

Yaitu cepat dan tanggap dalam menerima arahan kerja.

Tingkat semangat kerja serta sikap positif.

5. Disiplin Waktu dan Absensi

Yaitu tidak melanggar aturan yang berlaku.

2.4 Hubungan Variabel

2.4.1 Pengaruh media sosial terhadap kinerja karyawan

Media sosial mendapatkan banyak popularitas selama beberapa tahun terakhir dan sebagai hasil dari popularitas ini. Palmer (2009) berpendapat bahwa

media sosial merupakan arus utama untuk menghadapi banyak tantangan di masa kini yang telah menyebabkan penutupan TV yang mulai turun dalam tingkat keuntungan mereka. Mereka menghubungkan kinerja saluran tradisional ini dengan munculnya media sosial dalam pemasaran dan manajemen merek.

Penggunaan media sosial mencapai dua kali dari pada waktu yang digunakan untuk mengonsumsi media tradisional seperti televisi ataupun radio. Media sosial adalah media alat untuk berbagi berbagai macam informasi mengenai banyak hal yang menjadi perhatian pengguna. Dengan begitu banyak pemilik usaha yang mulai menggunakan media sosial sebagai media promosi karena dengan memanfaatkan media sosial sebagai tempat promosi tentunya para pemilik usaha tidak perlu mengeluarkan dana yang besar untuk promosi. Kita dapat melihat hubungan antara media sosial terhadap kinerja karyawan sangatlah penting dikarenakan dengan melakukan promosi melalui media sosial tentunya usaha kita dapat lebih cepat diketahui masyarakat dan juga didukung dengan kinerja karyawan yang ahli dalam bidangnya, dan memiliki kinerja yang bagus akan membuat konsumen merasa puas sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan di perusahaan tersebut.

2.4.2 Pengaruh fasilitas terhadap kinerja karyawan

Seperti yang kita ketahui fasilitas kerja sangatlah penting. Karena dengan adanya fasilitas yang bagus tentunya dapat menunjang pekerjaan karyawan untuk dapat menyelesaikan pekerjaannya. Di era yang semakin maju ini fasilitas memiliki peran yang penting dan dengan memberikan fasilitas yang lengkap juga dijadikan

salah satu pendorong untuk bekerja. Fasilitas kerja juga merupakan sebuah bentuk pelayanan terhadap karyawan di dalam menunjang kinerja karyawan.

Dapat disimpulkan dengan adanya fasilitas yang memadai dapat memperlancar pekerjaan karyawan dengan begitu pelanggan dapat dilayani dengan baik dan cepat tanpa adanya hambatan yang dikarenakan fasilitas yang kurang lengkap di perusahaan tersebut. Sehingga konsumen yang datang merasa aman dan nyaman dengan pelayanannya yang diberikan dan dapat menjadi pelanggan yang *loyal* terhadap perusahaan kita sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan pada perusahaan tersebut.

2.4.3 Pengaruh media sosial dan fasilitas terhadap kinerja karyawan

Faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan diantaranya adalah media sosial dan fasilitas. Media sosial digunakan sebagai alat promosi sehingga usaha kita dapat diketahui masyarakat luas dan ditunjang dengan adanya fasilitas kerja yang memadai yang diberikan perusahaan dalam melakukan pekerjaan agar efektif dan efisien, dalam meningkatkan jumlah pelanggan juga harus disertai dengan fasilitas yang baik dengan demikian pun konsumen yang datang ke perusahaan kita dapat dilayani dengan baik dengan karyawan-karyawan yang memiliki keahlian di bidang mereka masing-masing sehingga dapat menarik banyak pelanggan yang datang dan bahkan membuat mereka menjadi *loyal* terhadap perusahaan kita. Sehingga dapat disimpulkan hubungan media sosial dan fasilitas terhadap kinerja karyawan memiliki hubungan yang erat dalam menunjang kelancaran dalam meningkatkan kualitas usaha *Eight Barbershop*.

2.5 Penelitian Terdahulu

Hasil dari peneliti sebelumnya akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini, yang akan ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Panjaitan (2017)	pengaruh <i>social media</i> terhadap produktifitas kerjagenerasi <i>millenial</i>	Variabel Independen : Media Sosial Variabel Dependen : Produktifitas Kerja	Menunjukkan bahwasosialmedia memilikipengaruhyangpositifterhadapprod uktivitaskerja dimanasesemakintinggipenggunaan <i>social media</i> maka semakin tinggi pula produktivitas kerjanya karena dapat membantu proses pekerjaan.Media sosial membantu prosespenyelesaian pekerjaan sehingga jam kerja justru semakin efektif dan efisien
2.	Musdalifah Iswandari (2020)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Whatsapp Terhadap Kinerja Karyawan	Variabel Independen :Media Whatsapp Dependen :Kinerja Karyawan	Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa penggunaan media whatsapp memilikipengaruhterhadapkinerjakaryawan /pegawai yang ada di Politeknik negeri samarinda. Hal ini dapat dilihat dari segi pengetahuan, penggunaan dan manfaat dimana dengan adanya aplikasi ini mempermudah dalam melakukan koordinasi dalam hal melakukan pekerjaan, tanpa harus bertatap muka secara langsung informasi dapat tersampaikan dengan cepat efisien. Hal ini juga tak lepas dari kondisi pandemi yang mewajibkan untuk tetap menggunakan protokol Kesehatan sehingga dengan adanya aplikasi ini sangat mempermudah dalam melakukan segala aktivitas yang terkait dengan pekerjaan.
3.	Taufiq (2019)	Pengaruh Penggunaa Media Sosial dan Transfer Pengetahuan Terhadap Kinerja Dosen Di ITM (Institut	Variabel Independen:Media Sosial dan Transfer Pengetahuan VariabelDependen :Kinerja Dosen Di ITM	Penggunaan media sosial (X1) dan transfer pengetahuan (X2) berpengaruh terhadap kinerja dosen (Y) di ITM (Institut Teknologi Medan).hal ini dapat diketahui dengan uji secara simultan menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat , hal ini ditunjukkan oleh nilai f hitung yang lebih

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Teknologi Medan)		tinggi dari f tabel , dan taraf signifikansi yang dibawah 0,05, kemudian koefisien determinasi yang lebih dari 50%. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Marsal dan Hidyati (2018) dan Sahry (2018) yang menyatakan bahwa baik penggunaan media sosial dan Transfer pengetahuan berpengaruh terhadap kinerja, dan juga hasil penelitian dari Hamzah (2015) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial mendukung proses belajar mengajar di kampus.
4.	Nurfaidzin(2017)	Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Bima	Variabel Independen :Fasilitas Kerja Variabel Dependen :Peningkatan Kinerja Pegawai	Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh fasilitas kerja yang signifikan terhadap kinerja pegawai.
5.	Marsal dan Hidayati(2018)	Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Pegawai di Lingkungan UIN Suska Riau	Variabel Independen :Media Sosial Variabel Dependen :Kinerja Pegawai	Hasil penelitian menunjukkan (1) Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pegawai di lingkungan UIN Sultan Syarif Kasim Riau sebesar 9,6 %. Dan sisanya 90,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini; (2) berdasarkan hasil jawaban kuesioner menunjukkan bahwa penggunaan teknologi untuk media sosial sangat mendukung pekerjaan pegawai dalam pemberian informasi terkait bidang akademik maupun umum.
6.	Louhenapessy, Yendra, Likumahua (2019)	Pengaruh Kemampuan dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja ASN Pada Biro Kesejahteraan Rakyat dan Kemasyarakatan Setda Provinsi Papua	Independen:Kemampuan dan,Fasilitas Kerja Dependen :Kinerja ASN	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemampuan kerja dan fasilitas kerja terhadap kinerja pegawai ASN pada Biro Kesejahteraan Rakyat dan Kemasyarakatan Sekretariat daerah Provinsi Papua dari hasil uji-F menunjukkan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,000 < \text{taraf signifikansi } 5\% (0,05)$.
7	Listyani(2016)	Pengaruh Fasilitas Kerja dan Komunikasi kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Sharp Electronics Indonesia	Independen :Fasilitas Kerja dan Komunikasi Kerja Dependen :Kinerja Karyawan	Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan.

No	Peneliti / Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Cabang Kediri		
8	Anam, Rahardja(2017)	Pengaruh fasilitas kerja, lingkungan kerja non fisik dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan (studi pada pegawai Dinas Perindustrian dan perdagangan provinsi Jawa Tengah)	Variabel Independen : fasilitas kerja, lingkungan kerja non fisik dan kepuasan kerja Dependen : kinerja karyawan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas kerja, lingkungan kerja non fisik dan kepuasan kerja terhadap kinerja.
9	Akbar (2017)	Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Pu Bina Marga Prov. Sul-Sel.	Variabel Independen : Fasilitas Kerja Dependen : Peningkatan Kinerja Karyawan	Berdasarkan analisis regresi linear sederhana diperoleh hasil bahwa Fasilitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai pada kantor Dinas Bina Marga Prov. Sul-Sel.
10	Akcah, Hamid, Makkasau (2020)	Pengaruh Media Sosial Terhadap Kinerja Pegawai Pada Rumah Sakit Umum Daerah batara Guru Belopa Kabupaten Luwu.	Variabel Independen : Media Sosial Dependen : Kinerja Pegawai.	1. Media sosial secara persial berpengaruh positif namun signifikan terhadap kinerja pegawai di RSUD Batara Guru Belopa. 2. Media Sosial Mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Pegawai sebesar 10,3% dapat mempengaruhi kinerja pegawai di RSUD Batara Guru Belopa.

Sumber diolah oleh Peneliti 2022

2.6 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

Dari penelitian terdahulu dikatakan bahwa *media sosial, dan fasilitas* ada yang berpengaruh terhadap *kinerja karyawan* dan juga ada yang tidak berpengaruh terhadap *kinerja karyawan*. Sudah dibuktikan dengan menggunakan beberapa metode penelitian seperti kuantitatif dan deskriptif yang banyak digunakan di penelitian terdahulu. Sedangkan peneliti menggunakan metode

asosiatif untuk mengetahui pengaruh media sosial, dan fasilitas, terhadap kinerja karyawan.

Penelitian terdahulu di atas memiliki jumlah responden sekitar 60 – 100 dari yang terendah sampai yang tertinggi, sedangkan responden peneliti berjumlah 67. Artinya ukuran responden peneliti sudah menyerupai responden penelitian terdahulu.

Penelitian terdahulu diatas memiliki tahun yang paling rendah yaitu tahun 2014 sampai tahun yang paling tinggi 2021, sedangkan tahun peneliti sekarang ini yaitu 2021.

Penelitian terdahulu memiliki 2 sampai 3 variabel bebas, dimana peneliti memiliki 2 variabel bebas. Sedangkan di penelitian terdahulu dan peneliti sekarang memiliki jumlah variabel terikat yang sama yaitu 1 variabel terikat

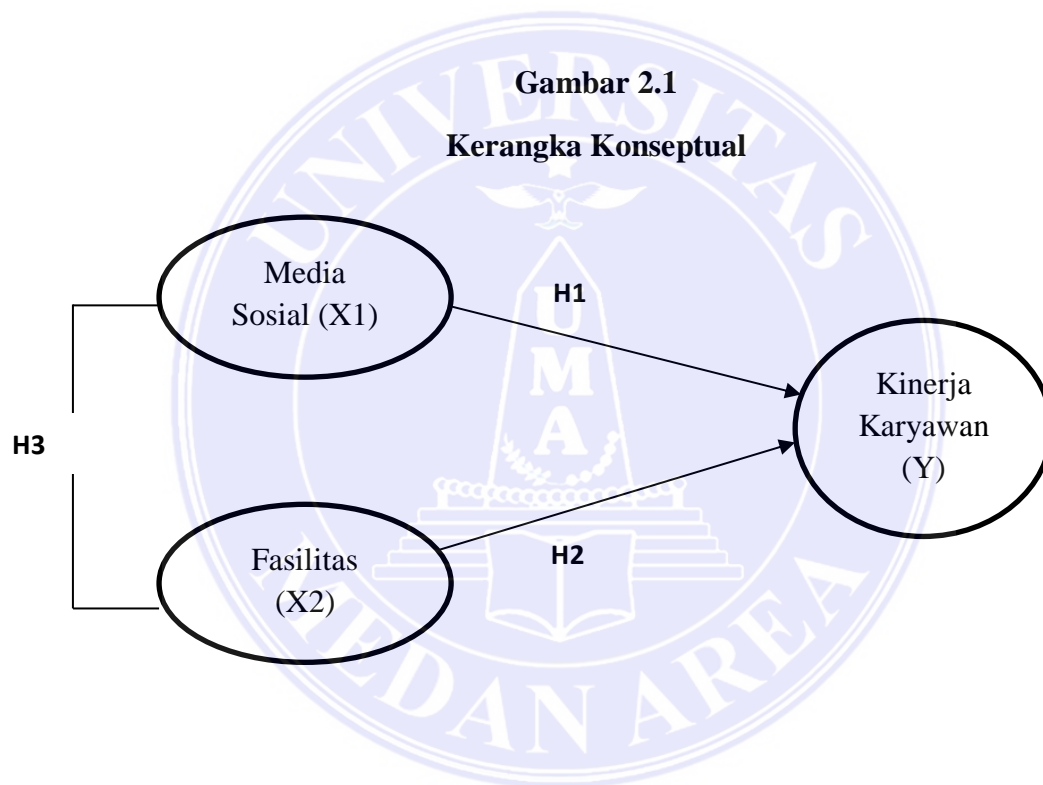
2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menurut Sugiyono (2014) adalah suatu hubungan yang akan menghubungkan secara teoritis antara variabel-variabel penelitian yaitu, antara variabel independen dengan variabel dependen yang akan di amati atau di ukur melalui penelitian yang akan di laksanakan.

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka ini di dapatkan pada landasan teoritis. Landasan teoritis berisi pengetahuan (teori, konsep, prinsip hukum maupun proposisi). Temuan hasil peneliti yang telah ada sangat mempermudah peneliti membuat kerangka konseptual. Kerangka

konseptual memberikan petunjuk kepada peneliti di dalam rumusan masalah penelitian.

Dalam penelitian ini media sosial, dan fasilitas, menjadi variabel-variabel independen (X) dan kinerja karyawan menjadi variabel yang dipengaruhi (Y). Oleh karena itu kerangka konseptual yang dapat digambarkan adalah sebagaiberikut:



2.8 Hipotesis

H₁ :Semakin tinggi media sosial (X1), maka semakin tinggi kinerja karyawan (Y).

H₂ :Semakin tinggi fasilitas (X2), maka semakin tinggi kinerja karyawan (Y).

H₃ : Semakin tinggi media sosial (X1), fasilitas (X2), maka semakin tinggi kinerja karyawan (Y)



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Tempat, dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat dan sifat hubungan sebab-akibat, penelitian ini dapat dilakukan untuk menilai dampak dari perubahan spesifik pada norma yang ada. Studi penelitian ini fokus pada analisis sesuatu atau rumusan masalah khusus untuk menjelaskan pola hubungan antar variabel. Adapun menurut Sugiyono (2012) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan apabila ada seberapa eratnya pengaruh atau hubungan serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan itu sedangkan pendekatan kuantitatif adalah pendekatan dimana data yang diperoleh berupa angka dan dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan.

3.1.2 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha *Eight Barbershop* yang beralamat di Jalan Karya Wisata, Medan Johor.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan peneliti dimulai sejak September 2021 sampai dengan April 2022 dan dapat dirinci sebagai berikut:

Tabel 3.1

Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2021 - 2022									
		Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Penyusunan Proposal	■	■	■	■						
2	Seminar Proposal			■	■	■					
3	Pengumpulan Data				■	■	■				
4	Analisis Data					■	■	■			
5	Seminar Hasil								■		
6	Sidang Meja Hijau										■

Sumber diolah oleh Peneliti (2022)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Ismiyanto (2003) populasi adalah keseluruhan objek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau suatu hal yang didalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan yang menjadi populasi adalah pelanggan *Eight Barbershop* berdasarkan data selama satu bulan terakhir yang berjumlah 202 pelanggan.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan rumus Slovin.

Rumus Slovin:

$$N \frac{n}{1+Ne^2}$$

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (error toleranc 10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{202}{1+202 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{202}{1+202 (0.01)}$$

$$n = \frac{202}{3.02}$$

$$n = 66,88$$

$$n = 67 \text{ Responden}$$

Berdasarkan hasil penelitian rumus Slovin maka diketahui jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 67 responden.

3.3 Definisi Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional adalah petunjuk operasional dari variabel berupa pengukuran atau pengujian suatu variabel. Pengukuran atau pengujian tersebut dapat dilihat dari indikator, kriteria tolak ukur, alat ukur, dan alat uji. Penggunaan media sosial diindikasikan dengan: mendapatkan informasi yang berhubungan dengan pekerjaan dan pengetahuan; mempertahankan dan memperkuat komunikasi dengan rekan kerja dalam pekerjaan. Adapun pendapat Sugiyono (2015) mengemukakan bahwa definisi operasional variabel ialah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (*Dependent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab akibat karena adanya variabel bebas. Menurut Sugiyono(2010) dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah kinerja karyawan (Y).

Setiap perusahaan tentunya melakukan penilaian bagi setiap karyawan agar mendapatkan karyawan yang sesuai pada bidang keahlian yang dimiliki, sehingga karyawan tersebut mudah paham dan tanggap terhadap pekerjaan yang dilaksanakan. Kinerja karyawan yang baik akan mendapatkan hasil yang baik juga untuk perusahaan.

2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Menurut Sugiyono (2010). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah media sosial, dan fasilitas.

a. Media sosial

Media sosial adalah media online yang mendukung adanya interaksi sosial media menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah suatu komunikasi kedalam dialog interaktif. Beberapa contoh situs media sosial yang sangat populer dikalangan masyarakat saat ini adalah Whatsapp, Facebook, Twitter, Youtube, dan Instagram.

b. Fasilitas

Fasilitas memiliki peran penting dalam melaksanakan pekerjaan di sebuah usaha atau perusahaan dengan adanya fasilitas yang cukup dan memadai tentunya dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan karyawan sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan dengan efektif dan efisien, contoh fasilitas kerja yang tersedia di *Eight Barbershop* dalam menunjang pekerjaan karyawan nya adalah *clipper, trimmer, shaver, barbercape, barberchairs, hair dryer, scissors*, pisau cukur, *sterilyzer, hair spray*.

Tabel 3.2
Operasional Dan Indikator Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Media Sosial (X1)	Media Sosial merupakan sesuatu yang terus berkembang mengikuti zaman. Di dalam sebuah bidang penelitian, media sosial digunakan dalam hal promosi usaha, menurut Chris pendiri <i>social media club</i> dan inovator media baru yang dimuat dalam buku Engage (Solis, 2010) bahwa terdapat 4 indikator dalam menggunakan media sosial.	1. Konteks 2. Komunikasi 3. Kolaborasi 4. Koneksi	Skala Likert
Fasilitas (X2)	Indikator fasilitas kerja harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan dengan tujuan meningkatkan produktifitas kerjanya. Indikator fasilitas kerja menurut Faisal (2005)	1. Sesuai dengan kebutuhan 2. Dapat mengoptimalkan hasil kerja 3. Mudah dalam penggunaan 4. Mempercepat proses kerja 5. Penempatan ditata dengan benar	Skala Likert
Kinerja Karyawan (Y)	Menurut Sutrisno (2009) ada enam indikator dari kinerja.	1. Hasil kerja 2. Pengetahuan pekerjaan 3. Inisiatif 4. Kecekatan mental 5. Disiplin waktu dan absensi	Skala Likert

Sumber data diolah oleh Peneliti (2022)

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kualitatif dan kuantitatif yaitu berupa data jawaban responden dari kuesioner yang akan ditabulasi dalam bentuk angka-angka yang akan diolah menggunakan program SPSS.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder.

- a. Sumber data primer adalah data diperoleh secara langsung pada objek penelitian yaitu pelanggan di *Eight Barbershop* dengan menyebarkan kuesioner yang masih harus diolah kembali untuk mendapatkan data yang akan digunakan.
- b. Sumber data sekunder adalah data-data berupa catatan, literatur, jurnal berkaitan dengan permasalahan dalam skripsi ini yang dikumpulkan melalui internet.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi (pengamatan) yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan tentang masalah penelitian secara langsung, dalam hal ini mengenai evaluasi media sosial, fasilitas, kinerja karyawan.
- b. Daftar pertanyaan (*questioner*) adalah dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan pada responden yaitu pelanggan yang datang di *Eight Barbershop*.
- c. Dengan menggunakan skala Likert Sugiyono (2015) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek.

Dimana jawaban yang mendukung pertanyaan akan diberi skor yang tinggi, sedangkan untuk menjawab yang tidak atau kurang mendukung akan diberikan skor yang rendah. dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagai berikut:

Tabel 3.3
Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui keakuratan dari setiap pertanyaan kuesioner yang disebar. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut menurut Sugiyono (2014) pengujian ini dilihat dari valid atau tidak nya data yang diolah, instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Dengan kriteria sebagaiberikut:

- Jika hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dinyatakan valid.
- Jika hasil $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid

Dengan demikian instrument yang valid merupakan yang benar - benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner dari konsistensi jawaban responden. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach Alpha*.

- a. Nilai Alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti sangat tidak reliabel
- b. Nilai Alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti tidak reliabel
- c. Nilai Alpha Cronbach 0,42 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai Alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai Alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi Linear berganda adalah suatu metode untuk mengetahui nilai pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen. Lebih jelasnya yaitu untuk menguji pengaruh media sosial (X1), dan Fasilitas (X2), terhadap kinerja karyawan (Y) pada *Eight Barbershop* yang dilakukan menggunakan *Multiple Regression Analysis Model* (model analisis regresi berganda). Penulis memilih model ini karena hanya untuk menguji pengaruh media sosial, dan fasilitas, terhadap kinerja karyawan secara parsial.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social science*). Model persamaanya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y = Kinerja Karyawan

a = Koefisien Konstansta

X1 = Media Sosial

X2 = Fasilitas

b1 = Koefisien media sosial

b2 = Koefisien fasilitas

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan.

Uji normalitas dilakukan dengan kurva PP-Plots.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya jika varians variabel independent adalah konstan atau sama untuk setiap nilai tertentu variabel independent disebut homokedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang dijelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan varians inflation factor (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut:

- a). $VIF < 10,00$ Maka tidak terdapat multikolinearitas
- b). $Tolerance > 0,10$ Maka tidak terdapat multikolinearitas

3.6.4 Uji Hipotesis

Setelah melakukan pengukuran variabel dalam penelitian ini, selanjutnya yang akan dilakukan adalah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis secara statistik ini dilakukan untuk melihat diterima atau ditolak hipotesis yang diajukan. Pengujian pengaruh tersebut dilakukan melalui uji parsial oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode survei. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis maka rancangan pengujian hipotesis harus dilakukan terlebih dahulu. Menurut Ginting (2008) rancangan pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menguji pengaruh media sosial (X1), dan fasilitas (X2), terhadap

kinerja karyawan (Y), maka penelitian ini dilakukan dengan cara meregres ketiga variabel, baik variabel dependen maupun variabel independen.

a. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (simultan). Apabila tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun prosedur pengujiannya adalah setelah melakukan perhitungan terhadap F kemudian membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikan (α) $< 0,05$ maka H_a ditolak (H_0 diterima), yang berarti secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikan (α) $> 0,05$ maka H_a diterima (H_0 ditolak), yang berarti secara simultan semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji t

Menurut (Ghozali, 2006) uji statistik atau uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Gujarati (2006) uji statistik bertujuan untuk melihat signifikan dari pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah konstan.

Hipotesis nol (H_0) yang akan di uji apakah parameter penelitian ini sama dengan nol, artinya variabel eksplanotari merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel pendapatan. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_a ditolak (H_0 diterima), yang berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ maka H_a diterima (H_0 ditolak), yang berarti secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Media Sosial dan Fasilitas terhadap Kinerja Karyawan di *Eight Barbershop* Medan Johor. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Media Sosial memiliki nilai T_{hitung} 6.826 dengan nilai signifikan 0,000 dan jumlah T_{tabel} adalah 1.997 dan nilai signifikan sebesar 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($6.826 > 1.997$). Secara parsial disimpulkan bahwa Media Sosial berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan dengan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,710.
2. Variabel Fasilitas memiliki nilai T_{hitung} 4.453 dengan nilai signifikan 0,000 dan jumlah T_{tabel} adalah 1.997 dan nilai signifikan sebesar 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4.453 > 1.997$). Secara parsial disimpulkan bahwa Fasilitas berpengaruh terhadap Kinerja Karyawan dengan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,362.
3. Berdasarkan Anova (tabel 4.12) didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 143.709 dengan tingkat signifikan (Sig.) sebesar 0,000^b. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($143.709 > 3,14$) atau signifikan (Sig.) 5% ($0,000 < 0,05$) artinya bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan pada *Eight Barbershop* Medan Johor. Yang berarti adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi pihak *Eight Barbershop* Medan Johor, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan berkaitan dengan Media Sosial dan Fasilitas terhadap Kinerja Karyawan agar pelanggan semakin meningkat.
2. *Eight Barbershop* Medan Johor sebaiknya memberikan fasilitas dan tempat parkir kendaraan agar pelanggan nyaman dan terus meningkat.
3. Untuk peneliti selanjutnya hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian berikutnya dan melakukan penelitian dengan mengembangkan penelitian tersebut dengan mencari faktor lain menggunakan variabel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, K., & Rahardja, E. (2017). *PENGARUH FASILITAS KERJA , LINGKUNGAN KERJA NON FISIK DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Studi pada Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah)*. 6, 1–11.
- Attamasini, M. A. (2020). *Pengaruh Seni Baca Al- Qur ' an Terhadap Peningkatan Kemampuan Baca Al- Qur ' an di MI Poemusgri Kelurahan Sindujoyo Gresik*.
- Broto, B. E. (2020). *Pengaruh Diklat Dan Fasilitas Kerja Terhadap Pengembangan Karir Di Kantor Badan Penelitian Dan Pengembangan Kabupaten Labuhan Batu*. 8(2), 45–58.
- Cahyono, A. S. (n.d.). *Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. 140–157.
- Dewandi;Kasih, Yulizar;Idham, C. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Emilia Palembang*. 1–6.
- Faridiba;Astuti R. T., S. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang)*. 2, 1–10.
- Firnanda, E., Harianto, S. P., Winarno, G. D., Wulandari, C., Dewi, B. S., Fitriana, Y. R., Brojonegoro, J. S., Meneng, G., & Lampung, B. (2020). *FUNGSI EKOLOGI TAMAN NASIONAL BUKIT BARISAN SELATAN Perception of Community in Bufferzone Towards the Ecological Function Bukit Barisan Selatan National Park Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Lampung*. April.
- Helmi, S. (2017). *Filsafat Ilmu dan Metode Riset (Issue March)*.
- Hutabarat, D. S. (2020). *PENGARUH INVESTASI PADA INDUSTRI KECIL FORMAL DAN PADA INDUSTRI KECIL NON FORMAL TERHADAP SUATU PRODUK DOMESTIK*. 3(April), 18–26.
- Listyani, I. (2016). *Pengaruh fasilitas kerja dan komunikasi kerja terhadap kinerja karyawan*. 1(1), 56–64.
- Louhenapessy, W. G. M., Zakaria, Yendar, & Likumahua, D. (n.d.). *Pengaruh Kemampuan Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja ASN Pada Biro Kesejahteraan Rakyat Dan Kemasyarakatan Setda Provinsi Papua*.
- Marsal, A., & Hidayati, F. (2018). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Pegawai Di Lingkungan UIN Suska Riau*. 4(1), 91–98.
- Musdalifah, & Iswandari, R. K. (2015). *Pengaruh Penggunaan Media Whatsapp Terhadap Kinerja Karyawan*. 276–281.

- Nurdin, Sahidillah; Rohendi, A. (2016). *Gaya Kepemimpinan Transformasional, Budaya Organisasi, Dan Kinerja Karyawan Dengan Mediasi Komitmen Organisasi*. IV(1), 86–100.
- Nurfaizin. (2016). *Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Pegawai Pada Kantor Perpustakaan Dan Arsip Daerah Kabupaten Bima*.
- Panjaitan, P., & Prasetya, A. (n.d.). *PENGARUH SOCIAL MEDIA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA GENERASI MILLENNIAL (Studi Pada Karyawan PT . Angkasa Pura I Cabang Bandara Internasional Juanda)*. 48(1), 173–180.
- Putri, C. S., & Ciputra, U. (2016). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. 1*.
- Rajagukguk, P. (2019). *Pengaruh Kompensasi Dan Displin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gema Megah Halilintar Banten*.
- S. Aditya, R. (1945). *PEMAKSIMALAN SOCIAL MEDIA UNTUK DIGITAL*.
- Sancoko, H., Putra, D., Nimran, U., & Hamid, D. (n.d.). *DAN KINERJA KARYAWAN (Studi terhadap karyawan PT . PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur)*. 3, 1–8.
- Sofyan, I. L., Pradhanawati, A., & Nugraha, H. S. (2013). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas , Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*.
- Taufiq, M. (2019). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN TRANSFER PENGETAHUAN TERHADAP KINERJA DOSEN DI ITM (INSTITUT TEKNOLOGI MEDAN) SKRIPSI Oleh : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN*.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

PENGARUH MEDIA SOSIAL, FASILITAS, TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA USAHA *EIGHT BARBERSHOP* YANG BERLOKASI DI JL.KARYA WISATA MEDAN JOHOR

Kuesiner ini bertujuan untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Media Sosial, Fasilitas, Terhadap Kinerja Karyawan pada *Eight Barbershop* Yang Berlokasi di Jl.Karya Wisata Medan Johor**”. oleh karena itu saya berharap Bapak/Saudara/I bisa membantu memberikan pendapat dan jawaban yang sebenarnya. Atas kerjasama dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. Petunjuk Pengisian

- a. Isilah data pribadi anda
- b. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan jawablah yang paling sesuai dengan keadaan dan pendapat anda
- c. Berilah tanda ceklis pada pilihan jawaban yang anda kehendaki pada jawaban yang telah tersedia

Keterangan:

5 = Sangat setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Kurang setuju (KS)

2 = Tidak setuju (TS)

1 = Sangat tidak setuju (STS)

II. Karakteristik Responden

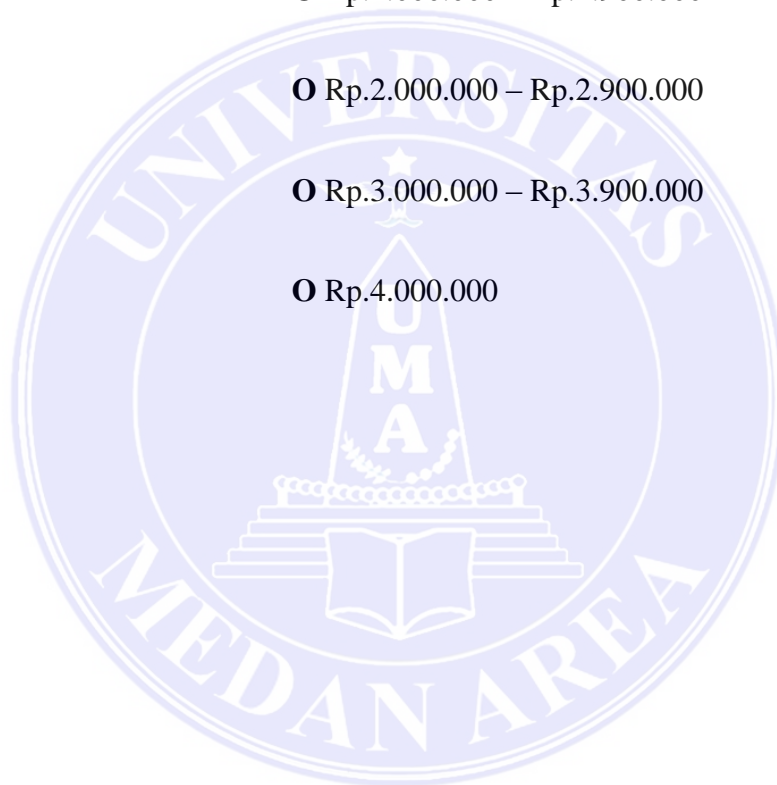
1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Umur : < 20 > 20
4. Uang Saku Perbulan : < Rp.1.000.000

Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000

Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000

Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000

Rp.4.000.000



DAFTARPERNYATAAN

MEDIA SOSIAL (X1)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Media sosial dapat mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi tentang Eight Barbershop					
2	Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, <i>Eight Barbershop</i> cepat merespon pelanggan yang bertanya melalui media sosial berupa instagram					
3	Para karyawan <i>Eight Barbershop</i> kreatif memberikan promosi di media sosial sehingga pelanggan tertarik					
4	membangun hubungan baik kepada pelanggan <i>Eight Barbershop</i> dengan aktif menggunakan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dsb. Menggunakan media sosial tersebut sebagai sarana melakukan komunikasi 2 arah kepada para pelanggan.					

FASILITAS (X2)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Fasilitas yang tersedia sudah sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan					
2	Fasilitas yang tersedia saat ini dapat mengoptimalkan hasil kerja					
3	Fasilitas yang tersedia dapat digunakan dengan mudah					
4	Fasilitas yang baik dapat mempercepat proses kerja					
5	Penempatan fasilitas dilakukan dengan strategis agar tidak menghalangi atau menghambat pekerjaan					

KINERJA KARYAWAN (Y)						
NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Hasil kinerja karyawan <i>Eight Barbershop</i> sangat memuaskan					
2	Karyawan <i>Eight Barbershop</i> ahli dan berpengalaman dalam bidangnya					
3	Karyawan <i>Eight Barbershop</i> memiliki inisiatif dalam menyelesaikan pekerjaanya					
4	Karyawan <i>Eight Barbershop</i> cepat dan tanggap saat menerima arahan kerja					
5	Karyawan <i>Eight Barbershop</i> menyelesaikan pekerjaanya tepat waktu					

LAMPIRAN 2

Distribusi Jawaban Responden

NO	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL MEDIA SOSIAL (X1)				TOTAL	DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL FASILITAS (X2)					TOTAL
	ITEM					ITEM					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	2	2	2	2	8	1	1	1	1	1	5
2	1	1	1	2	5	1	1	2	1	1	6
3	3	1	2	1	7	2	2	1	1	1	7
4	2	2	1	1	6	1	1	1	1	1	5
5	3	1	2	1	7	1	1	1	1	1	5
6	5	3	1	2	11	1	2	1	1	1	6
7	5	5	2	2	14	2	2	1	1	2	8
8	2	2	2	2	8	2	3	4	2	3	15
9	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5
10	3	3	2	3	11	1	3	5	2	1	12
11	3	5	2	3	13	3	3	3	3	3	15
12	2	2	2	2	8	1	1	1	1	1	5
13	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
14	5	5	5	4	19	5	5	5	5	4	24
15	5	4	1	5	15	4	3	3	5	4	19
16	5	5	1	5	16	3	3	4	4	3	17
17	2	1	1	2	6	1	1	1	1	1	5
18	1	1	1	2	5	1	1	1	1	1	5
19	5	3	2	3	13	3	3	3	3	3	15
20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
21	1	1	1	2	5	1	1	1	1	1	5
22	2	2	1	1	6	3	2	3	3	2	13

23	4	4	1	4	13	4	5	4	4	4	21
24	4	1	1	1	7	5	5	5	5	2	22
25	5	5	5	2	17	4	2	4	5	5	20
26	3	5	2	3	13	4	4	2	4	5	19
27	5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	24
28	1	1	1	2	5	3	2	3	3	2	13
29	4	1	1	1	7	1	1	1	1	1	5
30	1	1	1	1	4	3	3	2	2	1	11
31	1	2	1	1	5	1	1	1	1	1	5
32	4	5	4	5	18	5	5	5	5	3	23
33	2	1	2	1	6	1	1	1	1	1	5
34	5	5	5	4	19	5	3	5	5	5	23
35	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
36	5	4	5	5	19	3	5	5	5	5	23
37	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	3	18	5	5	5	5	5	25
39	1	2	1	1	5	3	3	3	3	3	15
40	5	5	5	5	20	5	5	3	5	5	23
41	2	1	2	1	6	1	1	1	1	1	5
42	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5
43	5	2	3	2	12	1	1	1	1	1	5
44	1	2	2	1	6	3	3	3	4	2	15
45	2	3	1	1	7	1	3	5	2	1	12
46	1	1	1	1	4	3	2	1	5	5	16
47	1	1	2	1	5	1	1	1	1	1	5
48	2	2	1	1	6	2	3	5	2	1	12
49	2	2	2	2	8	1	5	3	2	1	12
50	4	3	5	4	16	5	5	5	5	5	25
51	2	2	3	1	8	3	2	3	3	2	13
52	2	1	1	1	5	2	2	1	1	2	8
53	2	2	1	1	6	1	5	3	2	1	12

54	2	3	1	1	7	1	1	1	1	1	5
55	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5
56	1	2	1	1	5	3	2	3	2	1	11
57	1	2	1	1	5	3	3	2	2	1	11
58	1	1	1	1	4	3	1	3	2	2	11
59	2	3	1	1	7	1	1	1	1	1	5
60	4	3	3	1	11	2	2	1	1	2	8
61	2	1	1	1	5	1	5	3	2	1	12
62	2	1	2	1	6	1	3	5	1	2	12
63	5	5	5	4	19	4	5	3	5	5	22
64	1	2	1	1	5	3	3	1	2	2	11
65	1	2	1	1	5	3	3	3	2	3	14
66	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5
67	2	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5

NO	DATA HASIL PENELITIAN					
	VARIABEL KINERJA					
	KARYAWAN (Y)					TOTAL
	ITEM					
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5		
1	1	1	1	1	1	5
2	1	1	1	1	1	5
3	1	1	1	1	1	5
4	2	2	1	1	1	7
5	2	2	2	2	2	10
6	1	1	1	1	1	5
7	2	3	2	2	2	11
8	2	2	3	2	2	11
9	1	1	1	1	1	5
10	2	5	5	4	1	17

11	3	3	3	3	3	15
12	2	2	1	1	2	8
13	1	3	5	2	1	12
14	4	4	4	4	5	21
15	3	4	3	4	4	18
16	4	4	4	5	4	21
17	1	1	1	1	1	5
18	1	1	1	1	1	5
19	2	3	4	2	4	15
20	4	4	4	4	4	20
21	1	1	1	1	1	5
22	3	2	1	5	5	16
23	5	4	4	4	4	21
24	1	1	1	1	1	5
25	4	4	4	3	3	18
26	4	5	5	4	4	22
27	5	5	5	5	5	25
28	3	2	3	2	1	11
29	2	1	2	1	2	8
30	1	1	1	1	1	5
31	1	1	1	1	1	5
32	4	5	5	5	5	24
33	1	5	5	1	1	13
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	5	4	21
36	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25
38	5	4	4	4	4	21
39	2	2	2	2	2	10
40	5	5	5	5	5	25
41	1	1	1	1	1	5

42	3	2	2	2	1	10
43	3	3	4	3	2	15
44	1	3	2	5	1	12
45	1	2	2	5	1	11
46	2	2	3	1	1	9
47	1	1	1	1	1	5
48	2	3	4	3	3	15
49	1	5	2	2	1	11
50	4	4	4	4	4	20
51	1	2	3	5	1	12
52	1	1	1	2	2	7
53	2	2	2	2	2	10
54	5	2	3	1	1	12
55	3	2	2	1	1	9
56	1	2	1	2	1	7
57	1	1	2	2	3	9
58	1	1	1	1	1	5
59	3	2	2	2	1	10
60	3	3	2	2	1	11
61	1	1	2	2	1	8
62	4	3	2	3	3	15
63	5	5	5	5	5	25
64	2	2	3	1	1	9
65	3	3	2	1	2	11
66	1	1	1	1	1	5
67	1	1	1	1	1	5

LAMPIRAN 3**Indentitas Responden**

NO	JENIS KELAMIN	UMUR	UANG SAKU PERBULAN
1	Laki-Laki	< 20	Rp.4.000.000
2	Laki-Laki	< 20	Rp.4.000.000
3	Laki-Laki	< 20	Rp.4.000.000
4	Laki-Laki	< 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
5	Laki-Laki	< 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
6	Laki-Laki	< 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
7	Laki-Laki	< 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
8	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
9	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
10	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
11	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
12	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
13	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
14	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
15	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
16	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
17	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
18	Laki-Laki	< 20	Rp.1.000.000
19	Laki-Laki	> 20	Rp.4.000.000
20	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
21	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
22	Laki-Laki	> 20	Rp.4.000.000
23	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000
24	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000

25	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
26	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
27	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
28	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
29	Laki-Laki	> 20	Rp.4.000.000
30	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
31	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
32	Laki-Laki	< 20	Rp.1.000.000
33	Laki-Laki	< 20	Rp.1.000.000
34	Laki-Laki	< 20	Rp.1.000.000
35	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000
36	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
37	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
38	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
39	Laki-Laki	> 20	Rp.4.000.000
40	Laki-Laki	> 20	Rp.4.000.000
41	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
42	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
43	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
44	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
45	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
46	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
47	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
48	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
49	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
50	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
51	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
52	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000

53	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
54	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
55	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
56	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
57	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
58	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
59	Laki-Laki	> 20	Rp.4.000.000
60	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
61	Laki-Laki	> 20	Rp.4.000.000
62	Laki-Laki	> 20	Rp.3.000.000 – Rp.3.900.000
63	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
64	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000
65	Laki-Laki	> 20	Rp.2.000.000 – Rp.2.900.000
66	Laki-Laki	> 20	Rp.4.000.000
67	Laki-Laki	> 20	Rp.1.000.000 – Rp.1.900.000

LAMPIRAN 4**Tanggapan Responden mengenai Media Sosial (X1)****Pernyataan 1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	19	28.4	28.4	28.4
	2.00	20	29.9	29.9	58.2
	3.00	5	7.5	7.5	65.7
	4.00	6	9.0	9.0	74.6
	5.00	17	25.4	25.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	24	35.8	35.8	35.8
	2.00	17	25.4	25.4	61.2
	3.00	8	11.9	11.9	73.1
	4.00	4	6.0	6.0	79.1
	5.00	14	20.9	20.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	35	52.2	52.2	52.2
	2.00	16	23.9	23.9	76.1
	3.00	3	4.5	4.5	80.6
	4.00	2	3.0	3.0	83.6
	5.00	11	16.4	16.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	35	52.2	52.2	52.2
	2.00	13	19.4	19.4	71.6
	3.00	5	7.5	7.5	79.1
	4.00	6	9.0	9.0	88.1
	5.00	8	11.9	11.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

LAMPIRAN 5**Tanggapan Responden Mengenai Fasilitas (X2)****Pernyataan 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	29	43.3	43.3	43.3
	2.00	6	9.0	9.0	52.2
	3.00	16	23.9	23.9	76.1
	4.00	6	9.0	9.0	85.1
	5.00	10	14.9	14.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	23	34.3	34.3	34.3
	2.00	11	16.4	16.4	50.7
	3.00	16	23.9	23.9	74.6
	4.00	2	3.0	3.0	77.6
	5.00	15	22.4	22.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	28	41.8	41.8	41.8
	2.00	4	6.0	6.0	47.8
	3.00	16	23.9	23.9	71.6
	4.00	6	9.0	9.0	80.6
	5.00	13	19.4	19.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	28	41.8	41.8	41.8
	2.00	13	19.4	19.4	61.2
	3.00	6	9.0	9.0	70.1
	4.00	5	7.5	7.5	77.6
	5.00	15	22.4	22.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	33	49.3	49.3	49.3
	2.00	11	16.4	16.4	65.7
	3.00	7	10.4	10.4	76.1
	4.00	4	6.0	6.0	82.1
	5.00	12	17.9	17.9	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

LAMPIRAN 6**Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Karyawan (Y)****Pernyataan 10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	26	38.8	38.8	38.8
	2.00	13	19.4	19.4	58.2
	3.00	10	14.9	14.9	73.1
	4.00	9	13.4	13.4	86.6
	5.00	9	13.4	13.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	20	29.9	29.9	29.9
	2.00	17	25.4	25.4	55.2
	3.00	10	14.9	14.9	70.1
	4.00	9	13.4	13.4	83.6
	5.00	11	16.4	16.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	21	31.3	31.3	31.3
	2.00	16	23.9	23.9	55.2
	3.00	8	11.9	11.9	67.2
	4.00	11	16.4	16.4	83.6
	5.00	11	16.4	16.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	25	37.3	37.3	37.3
	2.00	16	23.9	23.9	61.2
	3.00	5	7.5	7.5	68.7
	4.00	8	11.9	11.9	80.6
	5.00	13	19.4	19.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

Pernyataan 14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	34	50.7	50.7	50.7
	2.00	10	14.9	14.9	65.7
	3.00	5	7.5	7.5	73.1
	4.00	9	13.4	13.4	86.6
	5.00	9	13.4	13.4	100.0
	Total	67	100.0	100.0	

LAMPIRAN 7

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

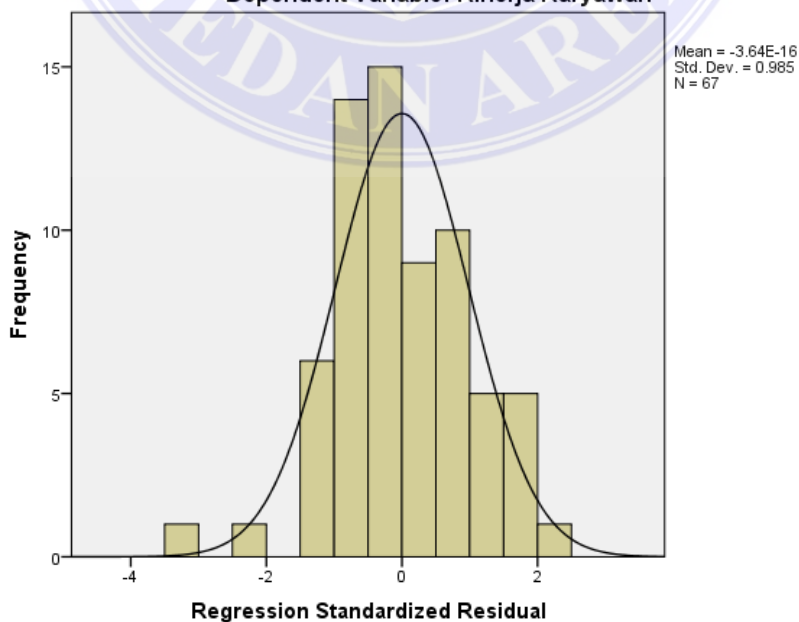
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	1.229	.755		1.628	.108					
Media Sosial	.710	.104	.579	6.826	.000	.873	.649	.364	.396	2.528
Fasilitas	.362	.081	.378	4.453	.000	.828	.486	.238	.396	2.528

LAMPIRAN 8

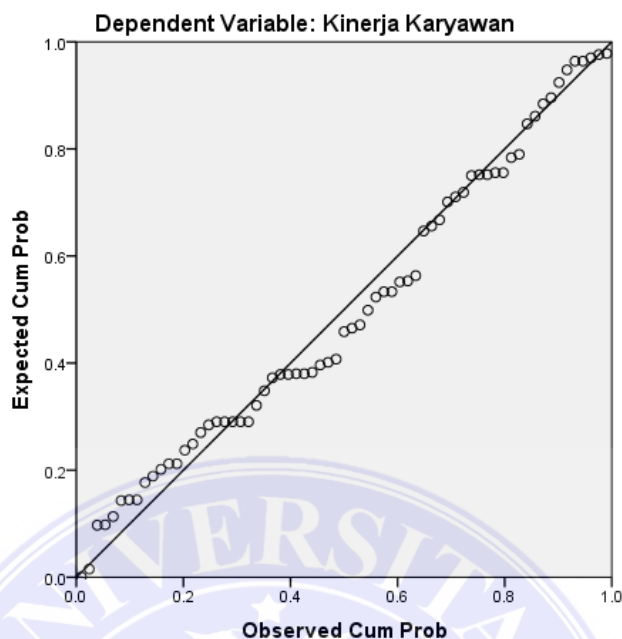
Uji Normalitas

Histogram

Dependent Variable: Kinerja Karyawan



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar dized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.8320216
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.065
Test Statistic		.087
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.

LAMPIRAN 9

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

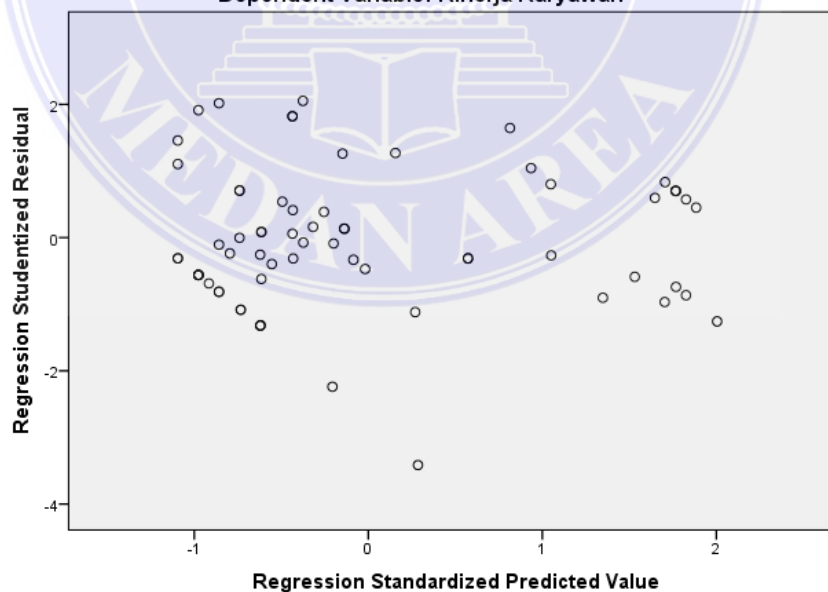
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	1.229	.755		1.628	.108					
Media Sosial	.710	.104	.579	6.826	.000	.873	.649	.364	.396	2.528
Fasilitas	.362	.081	.378	4.453	.000	.828	.486	.238	.396	2.528

LAMPIRAN 10

Uji Heteroskedastitas

Scatterplot

Dependent Variable: Kinerja Karyawan



LAMPIRAN 11

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.904 ^a	.818	.812	2.876

LAMPIRAN 12

Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	1.229	.755		1.628	.108					
Media Sosial Fasilitas	.710	.104	.579	6.826	.000	.873	.649	.364	.396	2.528
	.362	.081	.378	4.453	.000	.828	.486	.238	.396	2.528

LAMPIRAN 13


Foto Pengelola *Eight Barbershop* Jl.Karya Wisata Medan Johor



Foto Sekitaran *Eight Barbershop* Jl.Karya Wisata Medan Johor



Lampiran 14



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1640/FEB/01.1/II/2022 17 Februari 2022
 Lamp
 Perihal : Izin Research / Survey

Kepada, Yth
Usaha Eight Barbershop
Jl. Karya Wisata Medan Johor

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

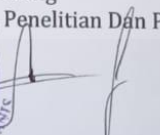
N a m a	: ISMAYANTI TELAUMBANUA
N P M	: 188320071
Program Studi	: Manajemen
Judul	: Pengaruh Media Sosial, Fasilitas, Terhadap Kinerja Karyawan Pada Usaha Eight Barbershop Yang Berlokasi Di Jl. Karya Wisata Medan Johor

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah suatu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang
 Kependidikan, Penelitian Dan Pengabdian



21/02/22

Sari Nuzulina Ramadhani, SE, M.Acc, Ak

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal

EIGHT BARBERSHOP
KECAMATAN MEDAN JOHOR, KOTA MEDAN
PROVINSI SUMATERA UTARA
JL. Karya Wisata No.12A Kode Pos : 20146

SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 11.52/EB/II/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nuzul Fahlevi Simbolon
Jabatan : Pemilik Usaha


Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Ismayanti Telaumbanua
Npm : 188320071
Jurusan/Prodi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : **Pengaruh Media Sosial, Fasilitas, Terhadap Kinerja Karyawan Pada Usaha Eight Barbershop Yang Berlokasi Di Jl. Karya Wisata Medan Johor.**

Telah selesai melakukan penelitian di Jl. Karya Wisata No.12A Kec.Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara dengan judul : **Pengaruh Media Sosial, Fasilitas, Terhadap Kinerja Karyawan Pada Usaha Eight Barbershop Yang Berlokasi Di Jl. Karya Wisata Medan Johor.**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.
Sekian dan Terimakasih.

Medan, 22 Februari 2022
Pemilik Usaha


Nuzul Fahlevi Simbolon