

Pengaruh Cultural Branding, Employee Engagement, dan Teamwork terhadap Kinerja Karyawan: Studi Kasus: Mimpi Manis Restaurant Tegallalang

Ni Kadek Wiwik Desila Serlita Dewi¹, I Gst. Ayu Wirati Adriati²

^{1,2}Universitas Pendidikan Nasional

wiwikdesila02@gmail.com¹, wiratiadriati@undiknas.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of cultural branding employee engagement, teamwork partially and simultaneously on employee performance. The sample in this study were 32 employees of Mimpi Manis Restaurant. Data analysis techniques used Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, Determination Coefficient Test, F Test and t Test. From the results of the study, it was found that motivation had a positive and significant effect on employee performance, employee engagement had a positive and significant effect on employee performance, teamwork had a positive and significant effect on employee performance and cultural branding employee engagement and teamwork together had a significant effect on employee performance. Suggestions that can be given by researchers are Mimpi Manis Restaurant is expected to add more ornaments, carvings, and traditional decorative elements to the interior and exterior of the restaurant, make rewards to employees who are active in cultural activities and programs, create more effective coordination channels between departments, periodically provide training for employees.

Keywords : *Cultural Branding, Employee Engagement, Teamwork, Employee Performance.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *cultural branding employee engagement, teamwork* secara parsial dan simultan terhadap kinerja karyawan. Sampel dalam penelitian ini adalah karyawan Mimpi Manis Restaurant sebanyak 32 orang. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji F dan Uji t. Dari hasil penelitian diperoleh hasil bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, *employee engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan, *teamwork* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja karyawan dan *cultural branding employee engagement* dan *teamwork* secara bersama - sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Saran yang dapat diberikan peneliti adalah Mimpi Manis Restaurant diharapkan menambahkan lebih banyak ornamen, ukiran, dan elemen dekoratif tradisional pada interior dan eksterior restoran, membuat reward kepada karyawan yang aktif dalam kegiatan-kegiatan budaya dan program-program, membuat saluran koordinasi yang lebih efektif antar departemen, secara berkala memberikan pelatihan untuk karyawan.

Kata kunci : *Cultural Branding Employee Engagement, Teamwork, Kinerja Karyawan.*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata Indonesia, khususnya sektor perhotelan dan resort, mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Sebagai salah satu destinasi wisata utama dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri perhotelan yang berkualitas tinggi. Namun, di tengah

persaingan global yang semakin ketat, perusahaan perhotelan dituntut untuk tidak hanya memberikan layanan yang memuaskan, tetapi juga membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Dalam konteks industri jasa, khususnya perhotelan, berhasilnya suatu perusahaan tidak terlepas dari kinerja karyawan (Agustin et al., 2022). Karyawan merupakan aset utama yang berinteraksi langsung dengan tamu dan menciptakan pengalaman yang berkesan. Oleh karena itu, pengelolaan sumber daya manusia yang efektif menjadi prioritas utama bagi manajemen hotel dan resort untuk memastikan kualitas layanan yang konsisten dan memuaskan. Penelitian dalam bidang manajemen sumber daya manusia menunjukkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal yang meliputi sistem manajemen, budaya organisasi, keterlibatan karyawan, dan dinamika tim kerja. Dalam era modern ini, pendekatan tradisional dalam pengelolaan karyawan telah berkembang menjadi strategi yang lebih komprehensif dan terintegrasi.

Namun, dalam praktiknya, industri perhotelan dan restoran di Bali menghadapi berbagai fenomena dan tantangan yang mempengaruhi kinerja karyawan. Tingginya tingkat *turnover* karyawan menjadi masalah krusial di sektor hospitality. Banyak karyawan di industri perhotelan Bali memilih berpindah tempat yang mengindikasikan kurangnya loyalitas dan keterikatan emosional terhadap organisasi. Fenomena ini berdampak pada kualitas pelayanan dan meningkatnya biaya rekrutmen serta pelatihan karyawan baru.

Gap dalam pemahaman dan implementasi nilai-nilai budaya organisasi sering terjadi di lapangan. Meskipun banyak restoran dan hotel di Bali mengklaim menerapkan *cultural branding* berbasis budaya lokal, kenyataannya tidak semua karyawan memahami atau merasakan nilai-nilai tersebut dalam keseharian kerja mereka. Hal ini menciptakan ketidaksesuaian antara identitas brand yang dipromosikan kepada tamu dengan pengalaman kerja internal karyawan, yang pada akhirnya mempengaruhi pelayanan yang diberikan.

Rendahnya tingkat *employee engagement* terlihat dari berbagai indikator seperti kurangnya inisiatif karyawan, minimnya partisipasi dalam program pengembangan organisasi, dan rendahnya antusiasme dalam bekerja. Fenomena ini diperparah oleh kondisi kerja yang menuntut dan jam kerja yang panjang, serta kurangnya pengakuan dan apresiasi dari manajemen terhadap kontribusi karyawan. Akibatnya, banyak karyawan hanya bekerja secara mekanis untuk memenuhi standar minimal tanpa memberikan upaya ekstra yang diperlukan untuk menciptakan pengalaman tamu yang luar biasa.

Lemahnya koordinasi dan *teamwork* antar departemen menjadi tantangan operasional yang signifikan. Di banyak restoran dan hotel, seringkali terjadi miskomunikasi antara bidang kerja. Fenomena dimana setiap departemen bekerja secara terpisah tanpa koordinasi yang baik, mengakibatkan ketidaksesuaian pada operasional perusahaan, keterlambatan pelayanan, dan pengalaman tamu. Dalam konteks Mimpi Manis Restaurant yang memiliki empat departemen utama dengan karakteristik kerja yang berbeda, koordinasi lintas departemen menjadi semakin kompleks namun sangat krusial.

Tantangan dalam mempertahankan konsistensi standar pelayanan dengan nuansa budaya Bali yang autentik, dimana banyak karyawan mengalami kesulitan dalam menyeimbangkan antara efisiensi operasional modern dengan tradisi hospitalitas Bali. Tekanan untuk melayani tamu dengan cepat seringkali berbenturan dengan filosofi pelayanan Bali yang lebih menekankan kualitas interaksi dan koneksi personal, sehingga menciptakan dilema bagi karyawan dalam menjalankan tugasnya.

Social Identity Theory yang dikembangkan oleh (Tajfel & Turner, 1986) menjelaskan bagaimana individu mendefinisikan diri mereka melalui keanggotaan dalam kelompok sosial, termasuk organisasi. *Cultural branding* menciptakan identitas organisasi yang kuat dan juga *distinctive*, yang memungkinkan karyawan untuk mengidentifikasi diri dengan perusahaan mereka. Ketika karyawan merasa bangga dan terhubung dengan brand perusahaan, mereka mengalami peningkatan *self-esteem* melalui *reflected glory* dari kesuksesan organisasi. Dalam teori ini menjelaskan bahwa ketika karyawan memiliki identifikasi organisasi yang tinggi, mereka akan lebih termotivasi untuk berkontribusi positif bagi kelompoknya.

Dalam konteks industri perhotelan dengan Bali sebagai destinasi wisata, *cultural branding* berperan dalam menciptakan identitas yang kuat dan membedakan satu properti dari yang lainnya (Kristianto & Handoyo, 2020). Bagi karyawan, *cultural branding* dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap organisasi dan memotivasi mereka untuk memberikan kinerja terbaik dan *branding* yang kuat dapat mengkomunikasikan keindahan alam, kekayaan budaya, dan komitmen terhadap keberlanjutan.

Employee engagement atau keterlibatan karyawan telah diakui sebagai salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kinerja organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "budaya organisasi dan *employee engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan" (Hamzah & Sitorus, 2021). Dalam industri perhotelan, kualitas layanan sangat bergantung pada antusiasme dan dedikasi karyawan, *employee engagement* menjadi faktor yang sangat kritis (Badrianto & Maryadi, 2023). Karyawan yang *engaged* akan lebih mampu memberikan pengalaman yang luar biasa kepada tamu dan berkontribusi positif terhadap reputasi hotel atau resort.

Teamwork atau kerja tim merupakan elemen fundamental dalam operasional perhotelan yang melibatkan berbagai departemen dan tingkatan. Koordinasi yang efektif antara *front office*, *housekeeping*, *food and beverage*, dan departemen lainnya sangat penting untuk memastikan kelancaran operasional dan kepuasan tamu. Penelitian (Hermawan, 2020) menunjukkan bahwa *teamwork* memiliki pengaruh signifikan terhadap prestasi kerja karyawan hotel. *Teamwork* yang solid tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung pengembangan individu maupun tim.

Sebagai resort yang beroperasi di industri perhotelan, Mimpi Manis Restaurant memiliki struktur organisasi yang kompleks dengan karyawan yang terbagi dalam berbagai bidang kerja. Setiap bidang kerja memiliki karakteristik, tantangan, dan pola interaksi yang berbeda, baik dalam hal kontak langsung dengan tamu, tingkat koordinasi antar tim, maupun standar operasional yang harus dipenuhi.

Tabel Klasifikasi Bidang Kerja dan Karakteristiknya

No.	Bidang	Jumlah Karyawan	Tanggung Jawab
1	<i>Front office</i>	4 Orang	Bertanggung jawab langsung dalam interaksi pertama dengan tamu.
2	<i>Housekeeping</i>	13 Orang	Berperan dalam menjaga standar kebersihan dan kenyamanan.
3	<i>Food & beverage</i>	8 Orang	Mengelola pengalaman kuliner tamu.
4	<i>Engineering & maintenance</i>	7 Orang	Mendukung operasional teknis.
Total:		32 Orang Karyawan	

Sumber: Mimpi Manis Restaurant

Keberagaman bidang kerja ini menciptakan kompleksitas tersendiri dalam implementasi *cultural branding*, *employee engagement*, dan *teamwork* di Mimpi Manis Restaurant. *Cultural branding* perlu disesuaikan dengan pekerjaan masing-masing departemen, seperti *front office* memerlukan penekanan pada *service excellence*, sementara *housekeeping* lebih fokus pada konsistensi dan detail. *Employee engagement* juga menuntut pendekatan yang berbeda, mengingat tingkat interaksi dengan tamu dan pola kerja yang bervariasi antar bidang. Demikian pula dengan *teamwork* yang tidak hanya terjadi dalam departemen tetapi juga memerlukan koordinasi lintas bidang untuk menciptakan pengalaman tamu yang holistik.

Observasi awal di Mimpi Manis Restaurant mengidentifikasi beberapa fenomena spesifik yang perlu mendapat perhatian. Pertama, terdapat variasi yang cukup signifikan dalam pemahaman karyawan tentang nilai-nilai budaya Bali. Beberapa karyawan, terutama yang baru bergabung, belum sepenuhnya memahami filosofi atau konsep-konsep budaya Bali lainnya yang seharusnya menjadi landasan pelayanan mereka. Kedua, tingkat partisipasi karyawan dalam kegiatan budaya yang diselenggarakan restoran masih bervariasi, dengan beberapa departemen menunjukkan antusiasme yang lebih rendah dibandingkan yang lain. Ketiga, koordinasi departemen antara kitchen dan service team dalam penyajian menu yang mencerminkan budaya Bali masih perlu ditingkatkan untuk menciptakan pengalaman kuliner yang lebih autentik dan berkesan.

Kurangnya penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana implementasi *cultural branding* dapat memengaruhi tingkat *employee engagement* di industri pariwisata yang menekankan perlunya penelitian lebih lanjut dalam konteks sektor pariwisata dan *branding* (Nuraliza & Hermiati, 2023). Studi yang dilakukan oleh (Yunus et al., 2020) tentang "*Branding about Indonesia through cross-cultural communication*" lebih fokus pada komunikasi lintas budaya secara umum daripada implementasi *cultural branding* internal organisasi. Sementara studi dari (Made et al., 2023) tentang *cultural tourism* di Indonesia masih fokus pada aspek pariwisata, dimana penelitian yang mengeksplorasi bagaimana *cultural branding* internal

organisasi hospitality di Indonesia mempengaruhi kinerja karyawan masih sangat terbatas.

Kebanyakan studi sebelumnya tidak mempertimbangkan variabel kontekstual yang mempengaruhi hubungan *cultural branding*, *employee engagement*, dan kinerja karyawan dalam konteks spesifik seperti Mimpi Manis Restaurant, yang mungkin memiliki budaya dan tantangan unik. Hal ini dijelaskan dalam penelitian oleh (Abadi, 2024) yang menyoroti perlunya penelitian kontekstualisasi variabel dalam sektor spesifik. Implementasi ketiga konsep tersebut dalam konteks spesifik industri perhotelan di Bali, khususnya di Mimpi Manis Restaurant Tegallalang Gianyar, masih memerlukan kajian yang lebih mendalam. Pentingnya penelitian ini juga didukung oleh fakta bahwa industri perhotelan di Bali menghadapi tantangan yang semakin kompleks, termasuk ekspektasi tamu yang semakin tinggi, persaingan global yang intensif, dan tekanan untuk mempertahankan *sustainability* dalam operasional.

Berdasarkan uraian fenomena dan permasalahan di atas, penelitian ini fokus pada analisis Implementasi *Cultural Branding*, *Employee Engagement*, dan *Teamwork* terhadap Kinerja Karyawan di Mimpi Manis Restaurant Tegallalang Gianyar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap kinerja karyawan, baik secara parsial maupun simultan, serta memberikan rekomendasi strategis untuk optimalisasi kinerja karyawan di masa mendatang.

TINJAUAN LITERATUR

Organizational Behaviour Theory (Grand Theory)

Organizational Behavior Theory yang dikembangkan oleh Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge 2023 merupakan kerangka teoritis yang menjelaskan bagaimana individu, kelompok, dan struktur organisasi berinteraksi dan mempengaruhi perilaku dalam lingkungan kerja. Robbins mendefinisikan perilaku organisasi sebagai bidang studi yang menyelidiki pengaruh individu, kelompok, dan struktur terhadap perilaku dalam organisasi dengan tujuan meningkatkan efektivitas organisasi (Robbins & Judge, 2023). Teori ini menekankan bahwa perilaku karyawan dalam organisasi dipengaruhi oleh tiga tingkatan analisis, yaitu tingkat individu (karakteristik pribadi, motivasi, dan persepsi), tingkat kelompok (dinamika tim, komunikasi, dan kepemimpinan), serta tingkat sistem organisasi (budaya organisasi, struktur, dan kebijakan).

Cultural Branding

Cultural branding merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan elemen budaya ke dalam identitas merek untuk menciptakan koneksi emosional yang mendalam dengan konsumen dan karyawan untuk meningkatkan loyalitas. *Cultural branding* merupakan strategi yang mengarahkan masyarakat, komunitas, atau organisasi untuk membangun merek dengan ideologi yang inovatif. Konsep *branding* budaya ini dibangun atas upaya menggabungkan ide budaya dan merek dengan cara yang menjual (Yusa et al., 2024).

Employee Engagement

Employee engagement merupakan konsep yang paling penting dalam manajemen sumber daya manusia, karena berkaitan langsung dengan produktivitas, kepuasan kerja, serta retensi karyawan dalam suatu organisasi. *Employee Engagement* merujuk pada tingkat komitmen, keterlibatan, dan kepuasan emosional yang dimiliki oleh karyawan terhadap pekerjaannya dan organisasi tempat mereka bekerja. Karyawan yang terlibat merasa memiliki koneksi yang mendalam dengan pekerjaan mereka, bersemangat untuk berkontribusi pada keberhasilan organisasi, dan memiliki rasa tanggung jawab untuk mencapai tujuan bersama (Wakhyuni, 2021).

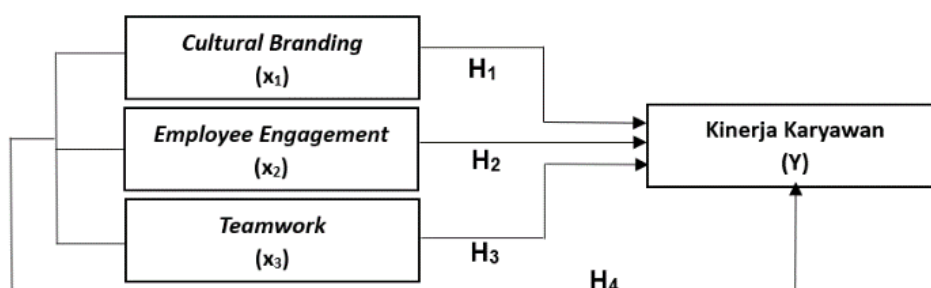
Teamwork

Teamwork atau kerja sama tim secara umum merupakan kegiatan yang dilakukan oleh beberapa orang dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan dan mengoptimalkan waktu pekerjaan dalam perusahaan tersebut. Dalam konteks industri perhotelan, *teamwork* merupakan sekelompok orang yang masing-masing memiliki keahlian atau kontribusi untuk mencapai tujuan bersama, serta dengan *teamwork*, tujuan organisasi dapat lebih mudah dicapai, secara kualitas maupun kuantitas, bahkan sering menumbuhkan ide-ide maupun inovasi (Febrianty et al., 2023).

Kinerja Karyawan

Kinerja dalam organisasi merupakan suatu hasil yang dicapai oleh pegawai tersebut dalam pekerjaannya menurut kriteria tertentu yang berlaku untuk suatu pekerjaan tertentu (Budiyanto & Mochklas, 2020). Kinerja karyawan merupakan konsep penting dalam manajemen sumber daya manusia yang telah menjadi fokus penelitian selama puluhan tahun. Pada umumnya, kinerja dapat diartikan sebagai keberhasilan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan (Wuwungan & Nelwan, 2020). Kinerja adalah bagaimana seseorang diharapkan dapat berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas-tugas yang telah diberikan kepadanya.

Kerangka Pemikiran



Gambar Kerangka Pemikiran Implementasi Cultural Branding, Employee Engagement, dan Teamwork Terhadap Kinerja Karyawan

METODE PENELITIAN

Pemilihan Mimpi Manis Restaurant sebagai lokasi penelitian didasarkan pada kesesuaian karakteristik restoran dengan tujuan penelitian. Restoran ini secara konsisten mengintegrasikan elemen budaya Bali dalam seluruh aspek operasionalnya, mulai dari arsitektur tradisional dengan ukiran khas Bali hingga atmosfer yang mencerminkan filosofi hospitalitas Bali, sehingga menjadi objek penelitian yang ideal untuk mengkaji implementasi *cultural branding*.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan di Mimpi Manis Restaurant sebanyak 32 orang karyawan. Menggunakan sampling jenuh atau sensus, karena sampel ini merupakan teknik pengambilan sampel di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel penelitian. Dengan kata lain, semua individu atau elemen masuk ke dalam populasi yang akan diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.42940886
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.088
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Lampiran 7 (Data Diolah 2025)

Berdasarkan hasil olah data uji normalitas pada tabel, hasil uji normalitas dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa data telah memiliki distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel Hasil Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.758	4.908			.766	.450		
<i>Cultural branding</i>	.355	.167	.323		2.121	.043	.535	1.871
<i>Employee engagement</i>	.373	.160	.345		2.338	.027	.569	1.758
<i>Teamwork</i>	.355	.168	.290		2.107	.044	.653	1.530

a. Dependent Variable: Kinerja karyawan

Sumber: Lampiran 7 (Data Diolah 2025)

Berdasarkan hasil olah data uji multikolinieritas pada tabel menggunakan nilai VIF dan tolerance, dapat dilihat bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil penelitian tersebut bermakna bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	4.935	2.845			1.735	.094
<i>Cultural branding</i>	.048	.097	.127		.494	.625
<i>Employee engagement</i>	-.056	.093	-.150		-.606	.550
<i>Teamwork</i>	-.023	.098	-.056		-.240	.812

a. Dependent Variable: Absolute_Residual

Sumber: Lampiran 7 (Data Diolah 2025)

Berdasarkan hasil olah data uji heteroskedastisitas pada tabel menggunakan nilai signifikansi pada masing – masing variabel bebas, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.758	4.908			.766	.450
<i>Cultural branding</i>	.355	.167	.323		2.121	.043
<i>Employee engagement</i>	.373	.160	.345		2.338	.027

	<i>Teamwork</i>	.355	.168	.290	2.107	.044
--	-----------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Kinerja karyawan

Sumber: Lampiran 8 (Data Diolah 2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda Tabel dapat ditulis persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,758 + 0,355X_1 + 0,373X_2 + 0,355X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda tersebut maka dapat dibuat penjelasan sebagai berikut:

Nilai konstanta sebesar 3,758 menunjukkan bahwa apabila variabel *cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork* sama dengan nol (0) maka kinerja karyawan sebesar konstan yaitu 3,758.

Nilai koefisien regresi variabel *cultural branding* sebesar positif 0,355 positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel *cultural branding* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,355. Sehingga dapat disimpulkan apabila variabel *cultural branding* mengalami peningkatan maka kinerja karyawan juga akan meningkat.

Nilai koefisien regresi variabel *employee engagement* sebesar positif 0,373 menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel *employee engagement* mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,373. Sehingga dapat disimpulkan apabila variabel *employee engagement* mengalami peningkatan maka kinerja karyawan juga akan meningkat.

Nilai koefisien regresi variabel *employee engagement* sebesar positif 0,355 menunjukkan bahwa setiap peningkatan *teamwork* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kinerja karyawan sebesar 0,355. Sehingga dapat disimpulkan apabila variabel *teamwork* mengalami peningkatan maka kinerja karyawan juga akan meningkat.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808 ^a	.653	.616	4.661

a. Predictors: (Constant), *Teamwork*, *Employee engagement*, *Cultural branding*

Sumber: Lampiran 8 (Data Diolah 2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel diperoleh nilai *adjusted R square* yang dapat dihitung sesuai rumus sebagai berikut:

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0,616 \times 100\%$$

$$D = 61,6\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dijelaskan besarnya pengaruh variabel *cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork* terhadap kinerja karyawan

adalah sebesar 61,6%, sedangkan sisanya 38,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

Hasil Uji F

Tabel Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1143.509	3	381.170	17.548	.000 ^b
	Residual	608.210	28	21.722		
	Total	1751.719	31			

a. Dependent Variable: Kinerja karyawan

b. Predictors: (Constant), *Teamwork*, *Employee engagement*, *Cultural branding*

Sumber: Lampiran 8 (Data Diolah 2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel menunjukkan hasil uji F, yang memperoleh nilai F hitung 17,548 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini berarti bahwa secara variabel *cultural branding* (X_1), *employee engagement* (X_2) dan *teamwork* (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan (nyata) terhadap kinerja karyawan (Y). Sehingga berada pada daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_4 .

Hasil Uji t

Tabel Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.758	4.908		.766	.450
	<i>Cultural branding</i>	.355	.167	.323	2.121	.043
	<i>Employee engagement</i>	.373	.160	.345	2.338	.027
	<i>Teamwork</i>	.355	.168	.290	2.107	.044

a. Dependent Variable: Kinerja karyawan

Sumber: Lampiran 8 (Data Diolah 2025)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel di atas maka dapat dijabarkan hasil uji t seperti berikut ini:

- 1) Pengaruh *cultural branding* terhadap kinerja karyawan, memperoleh nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,355, nilai t hitung sebesar 2,121 dan nilai signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa *cultural branding* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan (nyata) terhadap kinerja karyawan (Y). Sehingga berada pada daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_1 .
- 2) Pengaruh *employee engagement* terhadap kinerja karyawan, memperoleh nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,373, nilai t hitung sebesar 2,338 dan nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa *employee*

engagement (X2) berpengaruh positif dan signifikan (nyata) terhadap kinerja karyawan (Y). Sehingga berada pada daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_2 .

- 3) Pengaruh *teamwork* terhadap kinerja karyawan, memperoleh nilai koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,355, nilai t hitung sebesar 2,107 dan nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa *teamwork* (X3) berpengaruh positif dan signifikan (nyata) terhadap kinerja karyawan (Y). Sehingga berada pada daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_3 .

PEMBAHASAN

Pengaruh Cultural Branding Terhadap Kinerja Karyawan di Mimpi Manis Restaurant

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *cultural branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant, dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,355, nilai koefisien t 2,121 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_1 , maka dapat disimpulkan bahwa *cultural branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini berarti apabila *cultural branding* semakin baik maka akan kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila *cultural branding* semakin buruk maka akan kinerja karyawan di UPTD.

Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan di Mimpi Manis Restaurant

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *employee engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant, dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,373, nilai koefisien t 2,338 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,027 < 0,05$, Sehingga berada pada daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_2 , maka dapat disimpulkan bahwa *employee engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini berarti bahwa apabila *employee engagement* semakin baik maka akan kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila *employee engagement* semakin buruk maka kinerja karyawan di UPTD.

Pengaruh Teamwork Terhadap Kinerja Karyawan di Mimpi Manis Restaurant

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *teamwork* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant, dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,355, nilai koefisien t 2,107 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,044 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_3 , maka dapat disimpulkan bahwa *teamwork* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini berarti apabila *teamwork* semakin baik maka akan kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila *teamwork* semakin

buruk maka kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami penurunan.

Pengaruh Cultural Branding, Employee Engagement dan Teamwork Secara Simultan Terhadap Kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant

Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant, dibuktikan oleh nilai F hitung 17,548 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 dan penerimaan H_4 , sehingga secara simultan *cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork* berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan. Hal ini berarti apabila *cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork* semakin baik maka akan meningkatkan kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami peningkatan, begitu juga sebaliknya apabila *cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork* semakin buruk maka kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami penurunan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah jelaskan pada bab sebelumnya maka diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. *Cultural branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi 0,355, koefisien t sebesar 2,121 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila *cultural branding* semakin baik maka akan kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami peningkatan.
2. *Employee engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,373, koefisien t sebesar 2,338 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila *employee engagement* semakin baik maka akan kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami peningkatan.
3. *Teamwork* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant, dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,355, koefisien t sebesar 2,107, dan signifikansi sebesar 0,044. Hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila *teamwork* semakin baik maka kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami peningkatan.
4. *Cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork* secara bersama - sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant, dibuktikan dengan nilai F hitung 17,548 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini dapat disimpulkan bahwa apabila *cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork* semakin baik maka kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant akan mengalami peningkatan.

Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah jelaskan pada bab sebelumnya maka diperoleh saran sebagai berikut :

1. Pada variabel *cultural branding* pernyataan desain interior dan eksterior restoran ini secara jelas mencerminkan identitas visual budaya Bali melalui ornamen, ukiran, dan elemen dekoratif tradisional memiliki nilai rata – rata terendah, dari hasil penelitian tersebut maka Mimpi Manis Restaurant diharapkan menambahkan lebih banyak ornamen, ukiran, dan elemen dekoratif tradisional pada interior dan eksterior restoran agar dapat mencerminkan identitas visual budaya Bali.
2. Pada variabel *employee engagement* pernyataan saya secara aktif berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan budaya dan program-program yang diselenggarakan oleh restoran memiliki nilai rata – rata terendah, dari hasil penelitian tersebut maka Mimpi Manis Restaurant hendaknya membuat reward kepada karyawan yang aktif dalam kegiatan-kegiatan budaya dan program-program, serta membuat kegiatan-kegiatan budaya dan program-program yang menarik.
3. Pada variabel *teamwork* pernyataan koordinasi kerja antara departemen front office, housekeeping, food & beverage, dan engineering & maintenance berjalan dengan sangat efektif memiliki nilai rata – rata terendah, dari hasil penelitian tersebut maka Mimpi Manis Restaurant hendaknya membuat saluran koordinasi yang lebih efektif antar departemen.
4. Pada variabel kinerja karyawan pernyataan saya mampu menyelesaikan tugas dan tanggung jawab pekerjaan dengan efisien dan efektif sesuai target yang ditetapkan memiliki nilai rata – rata terendah, dari hasil penelitian tersebut maka Mimpi Manis Restaurant hendaknya secara berkala memberikan pelatihan untuk karyawan, dalam upaya meningkatkan kemampuan karyawan dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawab pekerjaan dengan efisien dan efektif sesuai target yang ditetapkan.
5. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dan mengkaji faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dan dapat mempengaruhi kinerja karyawan selain variabel *cultural branding*, *employee engagement* dan *teamwork*. Agar nantinya dapat mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan dalam meningkatkan kinerja karyawan di Mimpi Manis Restaurant.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. F. (2024). *Pengaruh employee engagement terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja sebagai variabel mediasi*.
- Agustin, M., Nerhoston, F., Andini, S., Nengsi, Y., & Sandika, Y. (2022). *Pengaruh Organizational Culture, Competency Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review)*.
- Ananda, W., Kristiana, A., & Iskandar, K. (2023). *Pengaruh Kerja Sama Tim dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada Departemen Produksi Plant Assembly PT Bintang Indokarya Gemilang Kabupaten Brebes The Effect of Teamwork and Work Discipline on Employee Performance in the Plant*

Assembly Production Department PT Bintang Indokarya Gemilang Brebes Regency. In *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* (Vol. 1, Issue 3).

- Anggraini, A., Tridayanti, H., & Damayanti, E. (2021). The Influence of Work Environment and Perceived Organizational Support on the Employee Performance of PT Y in Surabaya with Employee Engagement as an Intervening Variable. *JURNAL EKOMONI*. <https://ejournal.worldconference.id/index.php/eko>
- Awalia, A. R., Fania, D., & Setyaningrum, D. U. (2020a). Pengaruh Teamwork Terhadap Kinerja Karyawan (Study Kasus Pada PT. XYZ JATINAGOR). *E-JOURNAL EQUILIBRIUM MANAJEMEN*, 6(2), 12–19. <http://jurnal.manajemen.upb.ac.id>
- Awalia, A. R., Fania, D., & Setyaningrum, D. U. (2020b). Pengaruh Teamwork Terhadap Kinerja Karyawan (Study Kasus Pada PT. XYZ Jatinangor). *E-JOURNAL EQUILIBRIUM MANAJEMEN*, 6(2). <http://jurnal.manajemen.upb.ac.id>
- Badrianto, Y., & Maryadi, A. (2023). Pengaruh Employee Engagement terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(2), 498–505.
- Budiyanto, E., & Mochklas, M. (2020). *Kinerja Karyawan Ditinjau dari Aspek Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Motivasi Kerja (Pendekatan Riset)* (A. Mukhlis, Ed.; 1st ed.). CV. AA Rizky.
- Creswell, J. W. (2020). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dalkhjav, B., Munkhuu, B., & Sukhragchaa, A. (2024). Enhancing Job Performance in the Hospitality Sector: Exploring the Role of Employee Engagement, Multitasking, Organizational Culture, and Recruiting Practices. *JOURNAL OF TOURISM, SUSTAINABILITY AND WELL-BEING*, 12(2), 188–205. <https://doi.org/10.34623/98qk-1q44>
- Elang Ibrahim, F., Djuhartono, T., & Sodik, N. (2021). Pengaruh Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt Lion Superindo. *Jurnal ARASTIRMA Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNPAM*, 1(2), 316–325.
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with EWOM and Brand Equity on E-Commerce Purchase Intention in Indonesia Moderated by Culture. *Binus Business Review*, 12(1), 41–51. <https://doi.org/10.21512/bbr.v12i1.6419>
- Febriani, F. A., & Ramli, A. H. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Keterikatan Karyawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1999>
- Febrianty, Muhammad, & Sentanu, I. G. E. P. S. (2023). *Kepemimpinan: Bukan Sekedar Menjadi Pemimpin* (Febrianty, Ed.; 1st ed.). Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Firjatullah, B., & Hakim, L. (2025). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Kota Surakarta. *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 110–125.

- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (A. S. Heri, Ed.; 10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, A., & Sitorus, G. (2021). *Peran Employee Engagement Dalam Memediasi Pengaruh Budaya Organisasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Di Kantor Pusat PT. Pertamina Retail* (Vol. 7, Issue 2).
- Hendra, H. G., Candana, D. M., & Afuan, M. (2024). Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening pada PT. Padang Distribusindo Raya DC Padang Aro. *Ebisnis Manajemen*, 2(3), 80–96. <https://doi.org/doi.org/10.62951/ijss.v2i3.520>
- Hermawan, D. R. (2020). *Pengaruh teamwork dan kreativitas kerja terhadap prestasi kerja pada Hotel All Sedayu Jakarta Utara*.
- Ibrahim, F. E., Djuhartono, T., & Sodik, N. (2021). Pengaruh Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan di PT LION SUPERINDO. *Jurnal ARASTIRMA Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNPAM*, 1(2), 316–325.
- Ilham, M. (2020). Efektivitas Komunikasi Organisasi Pemimpin, Kerja Sama Tim Dan Kepuasan Kerja Berpengaruh Terhadap Kinerja Karyawan. *E-Library UNIKOM*.
- Iswanto, D., Istiqlal, , & Irsyad, Z. (2024). *Optimizing Tourism Promotion Through The Use Of Cultural Heritage*. 2, 90–102.
- Jayusman, H. (2024). *Pengaruh Keterlibatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. MENARA PANGKALAN BUN* (Vol. 12, Issue 2).
- Kodratullah, M. L., Syahreza, D. S., Aprinawati, Putrri, N. D., Napitupulu, P. J. M. J., Sianturi, R. M., & Sinaga, M. F. I. (2025). Teamwork Analysis on Improving Employee Performance at Kemang Jaya Restaurant 2. In *Economic: Journal Economic and Business* (Vol. 4, Issue 1).
- Kristianto, N. A., & Handoyo, S. (2020). Pengaruh Employer Branding Terhadap Employee Retention Dengan Employee Engagement Sebagai Mediator Pada Generasi Milenial Di Industri E-Commerce. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 18(1), 9–19. <https://doi.org/doi.org/10.47007/jpsi.v18i01.65>
- Kurniawati, M., & Mulyanto, H. (2024). Implementasi Employee Engagement dalam Memediasi Kepuasan Kerja dan Work-life Balance terhadap Kinerja Karyawan. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 5(01), 29–40. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v5i01.1449>
- Lemmetyinen, A., Nieminen, L., & Aalto, J. (2021). A gentler structure to life: co-creation in branding a cultural route. *Place Branding and Public Diplomacy*, 17(3), 268–277. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00215-5>
- Londhe, R. C., & Vidyapeeth, B. (2024). The Importance Of Team Work In Hospitality Industry For Interdepartmental Co-Ordination. *RABINDRA BHARATI PATRIKA*, 2. <https://www.researchgate.net/publication/378906572>
- Made, I. B., Parta, W., Kartika, I. A., Bagus, G., Denpasar, S., Bagus, I., Parta, M. W., Ayu, I., & Maharani, K. (2023). *CULTURAL TOURISM IN INDONESIA: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW* (Vol. 7, Issue 2). <https://www.researchgate.net/publication/375096004>

- Manap, A. (2025). *Buku Referensi Perilaku Organisasi Perusahaan* (Y. N. Maulana, Ed.; 1st ed.). Alungcipta.
- Munparidi, & Sayuti, A. J. (2020). Pengaruh Keterlibatan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi. In *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* (Vol. 1, Issue 1).
- Nida Hanifah, N., Yudanegara, A., & Author, C. (2025). Pengaruh Employee Engagement dan Work Value Terhadap Job Hopping Pada Karyawan Generasi Z di Kota Bandung. *Journal of Accounting and Finance Management*, 6(3), 1230–1242. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i3>
- Novianti, C., Zuhriyah, N. F., Quro, U., & Asshiddieqiy, A. H. (2024). Pengaruh Konseling Lintas Budaya Terhadap Penyesuaian Karyawan Di Tempat Kerja Multikultural. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(8). <https://blantika.publikasiku.id/>
- Nugroho, S. E., & Ratnawati, I. (2021). Pengaruh Keterlibatan Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Voice Behaviour Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pt Pelabuhan Indonesia III Persero Regional Jawa Tengah). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Nuraliza, A., & Hermiati, N. F. (2023). Pengaruh Employee Engagement Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Elco Indonesia Sejahtera Kota Garut. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 741–748.
- Oktavia, R., & Fernos, J. (2023). *Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Padang*. 2(4). <https://sirancak.disduk>
- Rezeki, F. (2023). *Work Engagement Teori, Faktor dan Implementasinya* (A. R. Oktavian, Ed.; 1st ed.). Penerbit PT Kimshafi Alung Cipta.
- Robbins, S. P. ., & Judge, Tim. (2023). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson.
- Rumawas, W. (2021). *Manajemen Kinerja* (D. Sigar, Ed.; 1st ed.). Universitas Sam Ratulangi (Unsrat Press).
- Safitri, N. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja, Pemberdayaan, Dan Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Di Pt.Phapros,Tbk Semarang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 14–25.
- Santoso, B. (2023). *Valuation Of Efficiency Value And Its Implications On Return On Assets Of Sharia Commercial Banks In Indonesia*. <https://www.researchgate.net/publication/390051812>
- Siagian, F. (2020). Pengaruh Kerjasama Tim terhadap Kinerja Pegawai di Akademi Maritim Cirebon. *Journal Of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, 3(1), 20–26. <https://doi.org/10.31539/alignment.v3i1.1275>
- Sucahyowati, H., & Hendrawan, A. (2020). *Pengaruh Employee Engagement Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt Mk Semarang*. <https://www.researchgate.net/publication/346415274>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.). Penerbit ALFABETA Bandung.

As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal

Volume 4 Nomor 4 (2026) 885 – 901 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v4i4.503

- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1986). *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*.
- Wakhyuni, E. (2021). *Employee Engagement (Strategi untuk Meningkatkan Nilai Kompetive Advantage Perusahaan)* (1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Wicaksono, B. D., & Rahmawati, S. (2020). Pengaruh Employee Engagement The Effect of Employee Engagement on Employee Performance of the Directorate of Information Systems and Digital Transformation at Bogor Agricultural University. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 10(2), 133–146.
- Wuwungan, M. B. A., & Nelwan, O. S. (2020). Pengaruh Kemampuan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan The Effect Of Work Ability And Work Motivation On Employee Performance. In *Uhing... 75 Jurnal EMBA* (Vol. 8, Issue 1).
- Yunus, U., Wahyuningtyas, B. P., & Willyarto, M. N. (2020). Branding about Indonesia through cross-cultural communication. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(2), 374. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i2.2412>
- Yusa, I. M. M., Yasa, I. W. A. P., Mudra, I. W., Wisnu, I. W. G., Jayanegara, I. N., Yogantari, M. V., Indira, W., Hanindharputri, M. A., Setiawan, I. N. A. F., Farhaeni, M., Kohdrata, N., Udayana, A. A. G. B., Janottama, I. P. A., Putra, G. B. S., Yasa, G. P. P. A., & Julianto, I. N. L. (2024). *Branding Bali dan Budaya Populernya* (I. P. U. Wasista, Ed.; 1st ed.). SIDYANUSA (Yayasan Sinergi Widya Nusantara).
- Zaki, M., & Saiman. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118.