

## ABSTRAK

Intensi turnover bagi perusahaan adalah masalah serius, khususnya industri media buying dengan karyawan sales yang banyak dan diharapkan dapat menghasilkan *revenue*. karena akan mempengaruhi tingkat produktivitas suatu perusahaan. Namun intensi turnover tidak bisa dihindari oleh setiap perusahaan, namun perusahaan dapat menekan angka intensi perusahaan dengan salah satu strategi yaitu remunerasi, dengan strategi remunerasi tingkat intensi turnover dapat ditekan keangka turnover yang sehat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengerti remunerasi dan intensi turnover karyawan *sales* dan menganalisis adanya pengaruh remunerasi terhadap intensi turnover di PT. Terang Teknologi Dan Telekomunikasi.

Untuk menjawab tujuan diatas dirancang masing-masing pertanyaan untuk setiap variabel penelitian dengan macam jawaban menurut skala Likert. Kuesioner untuk variabel penelitian dibuat berdasarkan dimensi dan indikator variabel penelitian yang disebarkan kepada sampel sebanyak 102 orang responden. Sebelum menentukan regresi sederhana dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas, terhadap setiap hasil kuesioner dan skor baik untuk variabel bebas maupun untuk variabel terikat.

Setelah lolos dari 3 (tiga) macam uji data tersebut ditentukanlah persamaan regresi sederhana. Koefisien regresi regresi sederhana menyatakan besar pengaruh remunerasi (X) terhadap turnover karyawan Penjualan di PT. Terang Teknologi Dan Telekomunikasi (Y). Untuk menentukan apakah hasil penelitian ini signifikan atau tidak, persamaan regresi ini diuji dengan uji-t, ternyata  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $8.818 \geq 1.983$ ).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang strategis untuk menekan angka intensi turnover di perusahaan dan memberikan acuan penelitian kedepannya.

Kata kunci: Remunerasi, Intensi Turnover dan Media buying