

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mendapatkan gambaran tentang motivasi kerja dan kinerja karyawan marketing di Distributor Ban 'X' Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana keeratan hubungan antara motivasi kerja dan kinerja marketing di Distributor Ban 'X' Bandung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda korelasional, variabel penelitiannya adalah motivasi kerja dan kinerja. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur motivasi kerja menggunakan alat ukur yang disusun berdasarkan teori Victor H. Vroom, sedangkan untuk mengukur kinerja diperoleh dari data pencapaian target karyawan marketing dari Distributor 'X'.

Pengambilan data dilakukan pada marketing di Distributor Ban 'X' Bandung. Jumlah responden yang sesuai dengan karakteristik sampel adalah 20 orang. Berdasarkan pengolahan statistik Spearman, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,661 dan H_0 ditolak pada taraf $\alpha = 0,05$.

Dari hasil penelitian 30% karyawan marketing memiliki motivasi kerja tinggi dan kinerja tinggi/melebihi target, 10% karyawan marketing memiliki motivasi kerja tinggi dan kinerja sedang/sesuai target, 15% karyawan marketing memiliki motivasi kerja tinggi dan kinerja rendah/kurang dari target, 15% karyawan marketing memiliki motivasi rendah dan kinerja tinggi/melebihi target, 20% karyawan memiliki motivasi kerja sangat rendah dan kinerja rendah/kurang dari target, dan 10% karyawan marketing memiliki motivasi kerja ekstrim rendah dan kinerja rendah/kurang dari target..

Kesimpulan yang diperoleh adalah terdapat korelasi positif yang cukup erat antara motivasi kerja dengan kinerja. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi motivasi kerja yang dimiliki karyawan marketing, semakin tinggi kinerjanya. Peneliti mengajukan saran agar dilakukan penelitian mengenai kepuasan kerja karena dapat mempengaruhi motivasi kerja dan kinerja, serta menyarankan agar pihak Distributor memperhatikan ketersediaan barang di gudang dan memperhatikan sistem imbalan dan peluang promosi. Selain itu, bagi karyawan marketing yang memiliki motivasi rendah agar diberikan training dan feedback personal.

ABSTRACT

This research is conducted to find out an overview of work motivation and performance of marketing personnel in 'X' tire distributor Bandung. The purpose of this research is to know the relation between work motivation and performance of marketing personnel in 'X' tire distributor Bandung.

The method used in this research is Correlation method; the variables are work motivation and performance. The instrument used to collect data about work motivation is based on the Victor H. Vroom theory, and the data about performance is obtained from the data of target achievement of marketing personnel in 'X' Distributor.

The population is all the marketing personnel in 'X' tire distributor Bandung. The respondents who meet the characteristic of sample are 20 people. Based on Spearman Statistical calculation, the correlation coefficient is 0,661 and H_0 is denied at $\alpha = 0,05$.

The result shows 30% of marketing personnel have high motivation and high performance/reach beyond the target, 10% of marketing personnel have high motivation and moderate performance/reach the target, 15% of marketing personnel have high motivation and low performance/reach below the target, 15% of marketing personnel have low motivation and high performance/reach beyond the target. 20% marketing personnel have very low motivation and low performance/reach below the target, and 10% marketing personnel have extremely low motivation and low performance/reach below the target.

The result concludes that work motivation has positive correlation with performance. This means that the higher the work motivation of the marketing personnel is, the higher their performance will be. It is suggested, however, that further research on job satisfaction should be conducted, since it may influence both work motivation and performance. And the distributor should also pay more attention to the availability of supply in the warehouse and to the reward system and promotion/career opportunity. In addition, the marketing personnel with low motivation should be given training and personal feedback.

DAFTAR ISI

Lembar Judul	
Lembar Pengesahan	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian.....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Ilmiah.....	11
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	11
1.5 Kerangka Pemikiran.....	12
1.6 Asumsi.....	21

1.7 Hipotesis.....	22
--------------------	----

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Motivasi.....	23
2.1.1 Pengertian Motivasi.....	23
2.1.2 Proses Motivasi.....	24
2.1.3 Motivasi Kerja.....	25
2.1.3.1 Hakekat Kerja.....	25
2.1.3.2 Definisi Motivasi Kerja.....	25
2.2 <i>Expectancy Theory</i>	26
2.3 Kinerja.....	35
2.3.1 Pengertian Kinerja.....	35
2.3.2 Penilaian Kinerja.....	36
2.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Kinerja.....	37
2.4 Karyawan Marketing.....	39
2.4.1 Pengertian Karyawan Marketing.....	39
2.4.2 Peran Karyawan Marketing.....	40
2.4.3 Tugas Karyawan Marketing.....	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian.....	43
3.2 Bagan Rancangan Penelitian.....	44
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	44

3.3.1 Variabel Penelitian.....	44
3.3.2 Definisi Operasional.....	44
3.3.2.1 Motivasi Kerja Karyawan Marketing Distributor 'X'.....	44
3.3.2.2 Kinerja Karyawan Marketing Distributor 'X'.....	45
3.4 Alat Ukur	45
3.4.1 Alat Ukur Motivasi kerja	45
3.4.2 Data Kinerja Karyawan Marketing	50
3.4.3 Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.4.3.1 Pengujian Validitas Kuesioner.....	50
3.4.3.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner.....	52
3.4.4 Data Pribadi dan Data Penunjang	54
3.5 Populasi Sasaran.....	55
3.5.1 Populasi Sasaran.....	55
3.5.2 Karakteristik Populasi.....	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	55
3.7 Hipotesa Statistik.....	58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Responden.....	59
4.2 Hasil Penelitian.....	60
4.2.1 Motivasi Kerja dan Kinerja.....	61
4.3 Pembahasan.....	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....75

5.2 Saran.....77

DAFTAR PUSTAKA.....78

DAFTAR RUJUKAN.....79

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>The Relation of Valence, Instrumentality, and Expectancy to Force</i>	19
Tabel 2.1 <i>The Relation of Valence, Instrumentality, and Expectancy to Force</i>	34
Tabel 3.1 Aspek dan Indikator Dalam Kuesioner Motivasi Kerja.....	46
Tabel 3.2 Penilaian Jawaban Responden.....	49
Tabel 3.3 Pengkategorian Motivasi Kerja.....	49
Tabel 3.4 Pengkategorian Kinerja.....	50
Tabel 3.5 Kriteria Validitas.....	51-52
Tabel 3.6 Kriteria Reliabilitas.....	54
Tabel 3.7 Kriteria Hubungan.....	57
Tabel 4.1 Karakteristik Sampel.....	59
Tabel 4.2 Koefisien Korelasi dan Aturan Keputusan Pengujian Hubungan antara Motivasi Kerja dan Kinerja.....	60
Tabel 4.3 Tabulasi Silang Motivasi Kerja dan Kinerja.....	62
Tabel 4.4 Tabulasi Silang Aspek Motivasi Kerja dan Kinerja.....	63

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir.....	21
Bagan 2.1 Model Umum Proses Motivasi Dasar.....	24
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, dan Korelasi Antara Motivasi Kerja
dan Kinerja

Lampiran B Kuesioner Motivasi Kerja

Lampiran C Data Kinerja

Lampiran D Data Mentah Skor Motivasi Kerja

Lampiran E Data Penunjang