

ABSTRAK

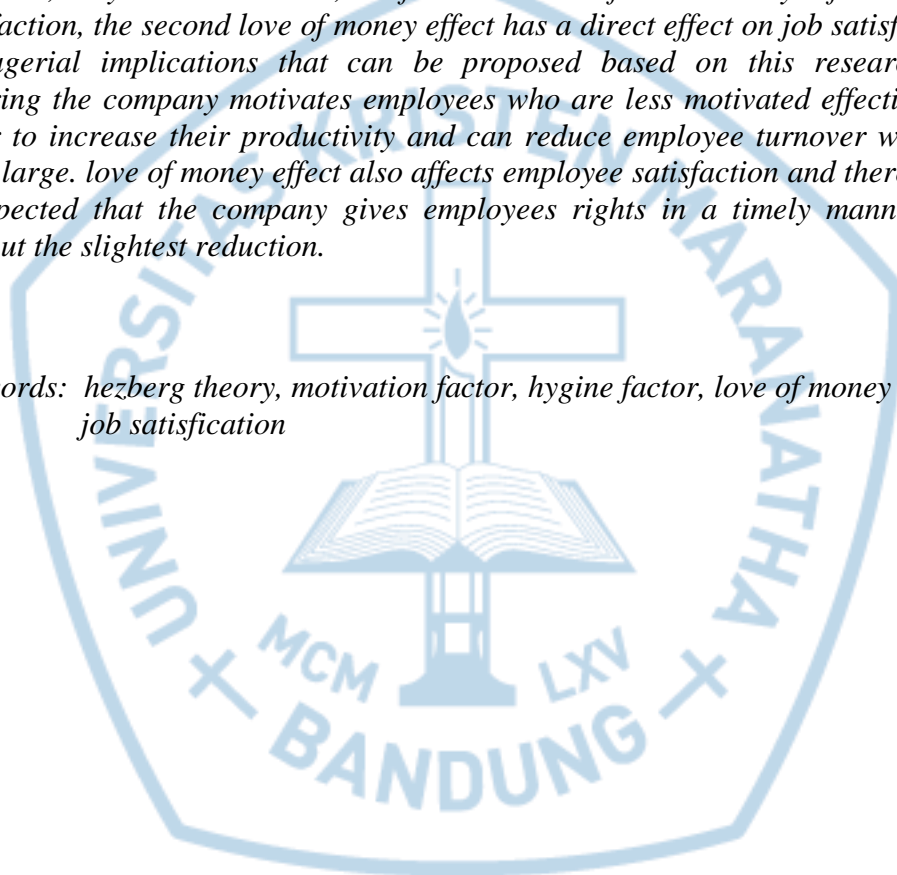
Dalam menghadapi era 4.0 saat ini karyawan merupakan asset yang sangat penting dalam menjalankan suatu perusahaan. Oleh karena itu banyak perusahaan yang memberikan pelatihan dan pengembangan terhadap karyawannya dengan harapan karyawan berkembang dalam pengetahuan, ketrampilan dan karakternya sehingga ia dapat membantu dan mengembangkan perusahaan tempat ia bekerja. Namun memberikan pelatihan dan pengembangan saja tidaklah cukup perusahaan perlu memberikan feedback yang baik untuk karyawan agar tidak tercipta *turnover* yang tinggi di perusahaan tersebut. Oleh karena itu salah satu cara untuk menekan *turnover* karyawan adalah dengan memberikan kepuasan kerja terhadap karyawannya. 40 kuisioner disebar untuk diisi oleh karyawan PT Wijaya Toyota Cimareme dengan tingkat pengembalian 100%. Dari 4 hipotesis yang diajukan hanya 2 yang terjawab pertama *motivation factor* berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan kerja, kedua *love of money effect* berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan kerja. Implikasi manajerial yang dapat diajukan berdasarkan penelitian ini yaitu memastikan perusahaan memberi motivasi kepada karyawan yang kurang termotivasi secara efektif agar dapat meningkatkan produktivitas mereka dan dapat mengurangi *turnover* karyawan yang cukup besar. *love of money effect* ikut mempengaruhi kepuasan karyawan maka dari itu diharapkan perusahaan memberikan hak karyawan dengan tepat waktu dan tanpa ada pengurangan sedikitpun.

Kata kunci: *herzberg theory, motivation factor, hygiene factor, love of money effect*, kepuasan kerja

ABSTRACT

In facing the current 4.0 era, employees are a very important asset in running a company. Therefore, many companies provide training and development for their employees in the hope that employees develop in their knowledge, skills and character so that they can help and develop the company where they work. However, providing training and development alone is not enough that companies need to provide good feedback for employees so as not to create high turnover in the company. Therefore, one way to reduce employee turnover is to provide job satisfaction to employees. 40 questionnaires were distributed to be filled by PT Wijaya Toyota Cimareme employees with a 100% return rate. Of the 4 hypotheses proposed, only 2 are answered, the first motivation factor directly influences job satisfaction, the second love of money effect has a direct effect on job satisfaction. Managerial implications that can be proposed based on this research are ensuring the company motivates employees who are less motivated effectively in order to increase their productivity and can reduce employee turnover which is quite large. love of money effect also affects employee satisfaction and therefore it is expected that the company gives employees rights in a timely manner and without the slightest reduction.

Keywords: hezberg theory, motivation factor, hygiene factor, love of money effect, job satisfaction



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia)	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris)	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Herzberg's Motivation-Hygiene Theory of <i>Motivation</i>	7
2.1.2 Kepuasan Kerja (<i>Job Satisfaction</i>)	10
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja	12
2.1.4 Teori Tentang Kepuasan Kerja	16
2.1.5 <i>Love of Money Effect</i> (Pengaruh Cinta akan Uang) .	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel	28
3.3 Definisi Operasional Variabel	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	36
3.5 Metode Analisis Data	37
3.5.1 Analisis Deskriptif	37
3.5.2 Uji Validitas	37
3.5.3 Uji Reliabilitas	38
3.5.4 Uji Asumsi Klasik	39
3.5.5 Uji Normalitas	40
3.5.6 Uji Multikolinearitas	40

3.5.7 Uji Heterokedastisitas	40
3.5.8 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Uji Validitas dan Realibilitas	44
4.1.2 Uji Normalitas	45
4.1.3 Uji Multikolinearitas	46
4.1.4 Uji Heteroskedastisitas	47
4.1.5 Uji Regresi Berganda	48
4.1.6 Uji Parsial	48
4.1.7 Besar Pengaruh Secara Simultan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Implikasi Manajerial	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	52
5.4 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Teori Dua Faktor	4
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	25



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Riset Empiris	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	32
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Berganda	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Pengaruh secara Parsial	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Pengaruh secara Simultan	50

