

ABSTRAK

*Penelitian ini berjudul Studi Deskriptif tentang Expectancy dan Task-Value pada Tenaga Wiraniaga Freelance Kosmetik X di Bandung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana profil Expectancy dan Task Value untuk memprediksikan perilaku berprestasi pada tenaga wiraniaga. Variabel penelitian ini adalah Expectancy dan Task Value teori Expectancy and Task Value model of motivation dari **Pintrich & Schunk, 2002***

*Alat ukur yang digunakan untuk menjangkau expectancy dan task-value dibuat oleh peneliti berdasar teori teori Expectancy and Task Value model of motivation dari **Pintrich & Schunk, 2002**. Alat ukur yang digunakan berbentuk kuesioner yang dianalisis dengan cara distribusi frekuensi dan tabulasi silang antara profil expectancy dan task-value dengan faktor-faktor yang melatarbelakanginya.*

Hasil yang diperoleh adalah 40,5% expectancy rendah dan task-value rendah, 28,6% expectancy tinggi dan task-value rendah, 23,8% expectancy tinggi dan task-value tinggi, 7,1 % expectancy rendah dan task-value tinggi. Sebanyak 23,8 % diprediksikan memunculkan perilaku berprestasi tinggi dan selebihnya memprediksikan perilaku berprestasi yang rendah. Expectancy memiliki keterkaitan paling kuat dengan aspek perception of task difficulty (persepsi akan tingkat kesulitan tugas) dan Task-value mempunyai korelasi paling kuat aspek perceived cost. Expectancy dan task-value berkaitan dengan usia, menunjukkan kematangan usia perkembangan dalam pekerjaan. Tingkatan expectancy dan task-value berkaitan dengan tingkat pendidikan, persepsi yang positif pada produk, pengalaman menjual, penghayatan akan kesulitan tugas, keluasan bergaul berkaitan dan frekuensi mengikuti kegiatan promosi. Faktor-faktor ini memperkuat keyakinan dalam diri tenaga wiraniaga untuk berhasil mencapai prestasi kerja. Saran yang diajukan dalam penelitian ini adalah menguji hubungan expectancy dan task-value dengan perilaku berprestasi, dan uji korelasi antara expectancy dan task-value dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Saran praktis ditujukan pada tenaga wiraniaga PT X untuk memperoleh gambaran tentang proses motivasi dalam diri. dan bagi perusahaan kosmetik X, dapat digunakan untuk proses rekrutment tenaga wiraniaga., serta acuan perencanaan dan pelaksanaan pelatihan pengembangan potensi menjual dengan memperhatikan usaha meningkatkan keyakinan expectancy dan task-value.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Maksud Penelitian	6
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoretis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Kerangka Berpikir	8
BAB II TINJAUAN TEORETIS	16
2.1 <i>Task-Value</i>	16

2.1.1	Pengertian <i>Value</i>	16
2.1.2	Komponen <i>Value</i>	16
2.2	<i>Expectancy</i>	18
2.2.1	Pengertian <i>Expectancy</i>	18
2.2.2	Komponen <i>Expectancy</i>	18
2.3	Model <i>Expectancy – Task-Value</i> dalam Motivasi	18
2.4.	Masa Dewasa Awal	20
2.4.1	Masa Dewasa Awal	20
2.4.2	Ciri-ciri dari masa dewasa awal	21
2.4.3	Berdasarkan Pendekatan Perkembangan Kognitif.	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		29
3.1	Rancangan Penelitian	29
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.2.1	Variabel penelitian	30
3.2.2	Definisi operasional	30
3.3	Alat Ukur	31
3.3.1	Validitas Alat Ukur	33
3.3.2	Reliabilitas Alat Ukur	34
3.3.3	Data Penunjang	36
3.4	Populasi sasaran dan teknik sampling	36
3.4.1	Populasi sasaran	36

3.4.2	Karakteristik Sampel	37
3.4.3	Teknik Sampling	37
3.5	Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian	39
4.1.1	Gambaran responden	39
4.1.2	Hasil Penelitian	41
4.2	Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran	56
5.2.1	Saran Teoretis	56
5.2.2	Saran Praktis	56
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Gambaran <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> wiraniaga <i>freelance</i> kosmetik X	41
Tabel 4.2.	Hubungan <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan aspek-aspeknya	41
Tabel 4.3.	Hubungan <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.4	Hubungan <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan tingkat pendidikan	42
Tabel 4.5	Hubungan <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan kehidupan sosial	43
Tabel 4.6	Hubungan <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan kegiatan promosi	43
Tabel 4.7	Hubungan <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan persepsi terhadap kosmetik	44
Tabel 4.8	Hubungan <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan tujuan menjadi wiraniaga <i>freelance</i> kosmetik	45
Tabel 4.9.	Hubungan <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan tingkat kesulitan tugas	45
Tabel 4.10	Hubungan antara profil <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i> dengan lamanya menjual produk X	46

DAFTAR BAGAN

Bagan 1	Bagan Kerangka Berpikir	14
Bagan 2	Bagan Metodologi	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Alat Ukur <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i>
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas Alat Ukur <i>Expectancy</i> dan <i>Task-Value</i>
Lampiran 3	Data Mentah Penelitian