

ABSTRAK

Penelitian ini diadakan untuk mendeskripsikan atau mengetahui motivasi kerja tenaga pemasaran di perusahaan chemical PT 'X' di kota Bandung. Peneliti menggunakan rancangan penelitian deskriptif dan pengambilan sampel dilakukan dengan metode "Purposive Sampling".

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur motivasi kerja adalah alat ukur berdasarkan teori dari **Vroom**, hasil modifikasi alat ukur motivasi kerja dari **Pranata Sebayang** (2003) Alat ukur ini terdiri atas 54 item pernyataan yang menggambarkan tentang motivasi kerja

Sebelumnya dilakukan try out alat ukur tersebut kepada 20 orang tenaga pemasaran di cabang lain untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur. Validitas alat ukur diuji dengan menggunakan uji analisis item Spearman Ro dan hasilnya berkisar 0,202 sampai 0,767 yang berarti semua itemnya dapat dipakai dan ada beberapa item yang harus direvisi. Untuk reliabilitas alat ukur menggunakan Alpha Cronbach dan hasilnya adalah 0,746 yang berarti alat ukurnya reliable.

Berdasarkan pengolahan data secara statistik, maka diperoleh hasil bahwa sebagian tenaga pemasaran perusahaan chemical PT 'X' di kota Bandung 57,2% memiliki motivasi kerja yang lemah. Secara spesifik dapat dilihat bahwa aspek-aspek dari motivasi kerjanya pun memiliki nilai rendah, yaitu 95,2% responden memiliki expectancy yang rendah, dan 57,2% responden memiliki instrumentality yang rendah. Sedangkan pada aspek valence 80,9% responden memiliki nilai kuat. Kuatnya aspek valence menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan yang kuat untuk mendapatkan imbalan atas upayanya.

Dari hasil pembahasan, maka disimpulkan bahwa tenaga pemasaran perusahaan chemical PT 'X' di kota Bandung memiliki motivasi kerja yang lemah, ditandai dengan ketidak yakinan terhadap kemampuan dan keterampilan yang dibutuhkan dalam pekerjaan, serta kurang yakin bahwa performance yang dihasilkan akan memperoleh result.

Dari hasil penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran yaitu, saran praktis untuk perusahaan dan tenaga pemasaran serta saran untuk penelitian lanjutan. Saran praktis untuk perusahaan agar memberikan training dan lebih mengikutsertakan tenaga pemasaran dalam menentukan kebijakannya, sedangkan untuk tenaga pemasaran agar menciptakan suasana kerja yang saling mendukung. Untuk penelitian lanjutan disarankan untuk mengembangkan penelitian ini lebih mendalam dalam kaitannya dengan karakteristik individual.

DAFTAR ISI

JUDUL BAGIAN DALAM.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1. Maksud Penelitian.....	8
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1. Kegunaan Ilmiah.....	8
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	9
1.5. Kerangka Pemikiran.....	9
1.6. Asumsi.....	14

BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	15
2.1. Motivasi Kerja.....	15
2.1.1. Pengertian Motivasi Dan Proses Motivasi.....	15
2.1.2. Pendekatan Teori Motivasi Kerja.....	19
2.1.2.1. Process Models.....	19
2.1.2.2. Content models.....	25
2.2. Motivasi Kerja Dalam Konteks Organisasi.....	31
2.3. Pengukuran Motivasi Kerja.....	33
2.4. Tenaga Pemasaran.....	34
2.5. Profil Perusahaan.....	34
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 36
3.1. Rancangan Penelitian.....	36
3.2. Variabel Penelitian.....	36
3.2.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
3.3. Teknik Sampling dan Populasi Sasaran.....	37
3.4.1. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.4.2. Populasi Sasaran.....	37
3.4.3. Karakteristik Sampling.....	37
3.4. Alat Ukur.....	38
3.4.1. Prosedur Pengisian.....	39
3.4.2. Sistem Penilaian.....	40
3.4.3. Data Penunjang.....	41

3.5. Validitas dan Reliabilitas Alat ukur.....	41
3.5.1. Validitas Alat Ukur.....	42
3.5.2. Reliabilitas Alat Ukur.....	42
3.6. Teknik Analisis.....	43
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Gambaran Responden Penelitian.....	44
4.1.1. Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.1.2. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.1.2. Persentase Responden Berdasarkan Lamanya Kerja.....	45
4.2. Data Hasil Penelitian.....	45
4.2.1. Persentase Motivasi Kerja Responden.....	46
4.2.2. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Dengan Aspek Motivasi Kerja..	46
4.2.3. Tabulasi Silang Konsep Diri Dengan Data Penujang.....	47
4.2.3.1. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Responden Dengan Jenis Kelamin.....	47
4.2.3.2. Tabulasi silang Motivasi Kerja Responden Dengan Lamanya kerja	48
4.2.3.3. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Responden Dengan Kecocokan Pada Pekerjaan.....	48
4.2.3.4. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Responden Dengan Kepuasan Terhadap Gaji Yang Diterima.....	49

4.2.4.5. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Responden Dengan	
Pemenuhan Target Perusahaan.....	49
4.3. Pembahasan.....	50
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran.....	60
5.2.1. Saran Praktis.....	60
5.2.2 Saran Penelitian Lanjutan.....	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Kerangka Pemikiran.....	13
Bagan 2.1. Gambar Model Umum Proses Motivasi Dasar.....	17
Bagan 2.2. Hierarki Kebutuhan Maslow.....	26
Bagan 3.1. Rancangan Penelitian.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Pembagian Item.....	39
Tabel 3.2. Pilihan Jawaban.....	40
Tabel 3.3. Penilaian Jawaban.....	40
Tabel 3.4. Pembagian Kategori.....	41
Tabel 4.1. Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.2. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3. Gambaran Responden Berdasarkan Lamanya Kerja.....	45
Tabel 4.4. Persentase Motivasi Kerja Responden.....	46
Tabel 4.5. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Dengan Aspek Motivasi Kerja.....	46
Tabel 4.6. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Dengan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.7. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Dengan Lamanya Kerja.....	48
Tabel 4.8. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Dengan Merasa Cocok Pada Pekerjaan.....	48
Tabel 4.9. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Dengan Kepuasan Terhadap Gaji Yang Diterimanya.....	49
Tabel 4.10. Tabulasi Silang Motivasi Kerja Dengan Pemenuhan Target.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Identitas dan Motivasi Kerja

Lampiran 2 Angket Data Penunjang

Lampiran 3 Lembar Skoring

Lampiran 4 Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur

Lampiran 5 Persentase Karakteristik Responden

Lampiran 6 Tabulasi Silang Motivasi Kerja Dengan Data Penunjang

Lampiran 7 Profil Responden

Lampiran 8 Data Skoring Kuesioner Motivasi Kerja

Lampiran 9 Data Penunjang