

## ABSTRACT

Problems in meticulous in this thesis is how big the influence of compensation on employee motivation in the achievement of sales target on the sale of PT Mitra Bandung Consortium. The study aims to determine the effect of compensation on employee motivation. There search method used is descriptive analytical case study approach. Technique is the study of field data collection through questionnaires supported by observation, interview and literature study. Target population was all employees in the sales department at PT Mitra Bandung Consortium, which all members of the populations studied as a research census. Research variables consisted of compensation as an independent variable and motivation of employees in achieving sales targets as a bound variable. Where compensation is further divided into direct and indirect compensation. Census study tested the hypothesis using path analysis (Path Analysis) which states the relationship between variables. From the research, the authors can conclude that the compensation has a positive effect on employee motivation in achieving sales target of PT Mitra Bandung Consortium based on the results of the analysis through SPSS program, obtained the coefficient of determination  $R^2=0.6473$ , or by 64.73%, while external influences or errors of 35.27%. With the percentage coefficient of determination model Employee Motivation In Achieving Sales Target greater than 60%, then it can be concluded that the model established is included in the category quite well. These results indicate the existence of a strong positive effect of compensation on employee motivation in the achievement of sales targets.

Key words: motivation, compensation, achievement of sales targets

## ABSTRAK

Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah seberapa besar pengaruh dari kompensasi terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan pada bagian penjualan PT Mitra Bandung Consortium. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompensasi terhadap motivasi karyawan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data adalah studi lapangan melalui kuisioner ditunjang dengan observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Populasi sasaran adalah seluruh karyawan pada bagian penjualan di PT Mitra Bandung Consortium, dimana seluruh anggota populasi diteliti sebagai penelitian sensus. Variabel penelitian terdiri dari kompensasi sebagai variabel bebas dan motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan sebagai variabel terikat. Dimana kompensasi dibagi lagi menjadi kompensasi langsung dan tidak langsung. Hipotesis penelitian diuji secara sensus dengan menggunakan analisis path (*Path Analysis*) yang menyatakan hubungan antar variabel. Dari hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwa kompensasi berpengaruh positif terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan PT Mitra Bandung Consortium berdasarkan hasil analisis melalui program SPSS, diperoleh koefisien determinasi  $R^2 = 0.6473$  atau sebesar 64.73%, sedangkan pengaruh luar atau kekeliruannya sebesar 35.27%. Dengan persentase koefisien determinasi model Motivasi Karyawan Dalam Pencapaian Target Penjualan yang lebih besar dari 60%, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model yang dibentuk termasuk dalam kategori cukup baik. Hasil ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang sangat kuat dari kompensasi terhadap motivasi karyawan dalam pencapaian target penjualan.

Kata kunci : Motivasi, kompensasi, pencapaian target penjualan

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7

## BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	9
2.1 Kompensasi Dasar Pekerjaan.....	9
2.2 Kompensasi Variabel Perorangan dan Kelompok .....	17
2.3 Kompensasi Tambahan Tunjangan .....	20
2.4 Teori Motivasi dan Penerapannya.....	24
2.4.1 Teori Kepuasan... ..	30
2.4.2 Teori Proses.....	37
2.5 Manajemen Penjualan.....	43
2.6 Hubungan Kompensasi, Motivasi dan Target Penjualan .....	49
2.7 Model Kerangka Teoritis .....	51
2.8 Hipotesis.....	52
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....	53
3.1 Objek Penelitian.....	53
3.1.2 Sejarah Singkat PT MBC .....	53
3.1.3 Struktur Organisasi.....	55
3.1.4 Deskripsi Jabatan .....	55
3.1.5 Aspek Kegiatan Perusahaan .....	59
3.2 Metode Penelitian.....	60

3.2.1	Operasional Variabel .....	61
3.2.1.1	Penjabaran Variabel Independen.....	62
3.2.1.2	Penjabaran Variabel Dependen .....	63
3.2.2	Metode Pengumpulan Data.....	65
3.2.3	Populasi Penelitian .....	66
3.2.4	Pengujian Data.....	67
3.2.4.1	Uji Validitas .....	67
3.2.4.2	Uji Reabilitas.....	69
3.2.4.3	Analisis Data dan Tanggapan Responden .....	71
3.2.5	Metode Analisis Data .....	71
3.2.6	Penarikan Kesimpulan.....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		76
4.1	Analisis Deskriptif .....	76
4.1.1	Deskripsi Kompensasi Langsung.....	76
4.1.2	Deskripsi Kompensasi Tidak Langsung.....	79
4.1.3	Deskripsi Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan .....	84
4.2	Pengujian Kuesioner .....	89
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Kompensasi Langsung.....	89

4.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Kompensasi Tidak Langsung .....	92
4.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan .....	95
4.3	Tingkatan Kompensasi Langsung, Kompensasi Tidak Langsung, dan Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan .....	98
4.3.1	Tingkatan Kompensasi Langsung .....	98
4.3.2	Tingkatan Kompensasi Tidak Langsung .....	99
4.3.3	Tingkatan Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan .....	101
4.4	Metode Succesive Interval.....	103
4.5	Analisis Data.....	104
4.5.1	Hubungan Antar Variabel Menggunakan Analisis Korelasi .....	104
4.5.2	Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y .....	106
<b>BAB V PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan.....	113
5.2	Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>116</b>

LAMPIRAN.....	118
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS ( <i>CURRICULUM VITAE</i> ).....	155

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I	Proses Motivasi Pola Awal .....	29
Gambar II	Hierarki Kebutuhan Maslow .....	31
Gambar III	Tipe Hubungan ERG antara Frustrasi, Kadar Penting dan Pemuas Kebutuhan .....	33
Gambar IV	Ringkasan dari Empat Teori tentang Kepuasan .....	37
Gambar V	Proses Penjualan .....	47
Gambar VI	Program Manajemen Penjualan.....	48
Gambar VII	Kerangka Pemikiran .....	51
Gambar VIII	Model Pengaruh Kompensasi Langsung dan Kompensasi Tidak Langsung terhadap Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan.....	108



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Operasionalisme Variabel .....	63
Tabel 2	Tanggapan Responden .....	71
Tabel 3	Pedoman untuk Memberi Interpretasi Koefisien Korelasi .....	74
Tabel 4	Tanggapan Responden tentang Gaji Pokok Memenuhi Kebutuhan Dasar .....	76
Tabel 5	Tanggapan Responden tentang Gaji Pokok Sesuai Standar .....	77
Tabel 6	Tanggapan Responden tentang Gaji Pokok Sesuai Kinerja Pekerjaan .....	77
Tabel 7	Tanggapan Responden tentang Gaji Pokok Sesuai Masa Kerja .....	78
Tabel 8	Tanggapan Responden tentang Upah Lembur Memadai .....	78
Tabel 9	Tanggapan Responden tentang Bonus Sesuai Prestasi Kerja .....	79
Tabel 10	Tanggapan Responden tentang Bonus atas Pencapaian Target Penjualan .....	79
Tabel 11	Tanggapan Responden tentang Jaminan Kecelakaan Kerja .....	80
Tabel 12	Tanggapan Responden tentang Uang Pesangon .....	80
Tabel 13	Tanggapan Responden tentang Pembayaran Gaji saat Sakit atau Musibah .....	81
Tabel 14	Tanggapan Responden tentang Tunjangan Cuti .....	81
Tabel 15	Tanggapan Responden tentang Asuransi Kesehatan .....	82
Tabel 16	Tanggapan Responden tentang Asuransi Kematian .....	82
Tabel 17	Tanggapan Responden tentang Jaminan Hari Tua .....	83
Tabel 18	Tanggapan Responden tentang Pinjaman Lunak .....	83

Tabel 19	Tanggapan Responden tentang Perolehan Hiburan .....	84
Tabel 20	Tanggapan Responden tentang Kesungguhan dalam Bekerja .....	85
Tabel 21	Tanggapan Responden tentang Intensitas Bekerja yang Tinggi .....	85
Tabel 22	Tanggapan Responden tentang Kreatifitas yang Tinggi .....	86
Tabel 23	Tanggapan Responden tentang Inisiatif yang Tinggi .....	86
Tabel 24	Tanggapan Responden tentang Pencapaian Sasaran Penugasan .....	87
Tabel 25	Tanggapan Responden tentang Pencapaian Target Penjualan Sesuai Spesifikasi .....	87
Tabel 26	Tanggapan Responden tentang Pencapaian Target Kerja dalam Bagian yang Sama .....	88
Tabel 27	Tanggapan Responden tentang Pencapaian Tujuan Organisasi .....	88
Tabel 28	Uji Validitas Kuesioner Kompensasi Langsung .....	91
Tabel 29	Uji Validitas Kuesioner Kompensasi Tidak Langsung .....	93
Tabel 30	Uji Validitas Kuesioner Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan .....	96
Tabel 31	Persentase dan Total Skor Kompensasi Langsung .....	98
Tabel 32	Persentase dan Total Skor Kompensasi Tidak Langsung .....	100
Tabel 33	Persentase dan Total Skor Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan .....	102
Tabel 34	MSI ( <i>Method of Succesive Interval</i> ) untuk item 1 .....	104
Tabel 35	Pengujian Koefisien antar Variabel X dan Y .....	105

Tabel 36	Matriks Korelasi Variabel Independen dan Dependen .....	106
Tabel 37	Matriks Korelasi antar Variabel Independen .....	107
Tabel 38	Invers Matriks Korelasi antar Variabel Dependen .....	107
Tabel 39	Ringkasan Pengujian Koefisien Jalur .....	109
Tabel 40	Pengaruh Langsung Variabel X terhadap Y .....	109
Tabel 41	Persentase Pengaruh Kompensasi Langsung .....	110
Tabel 42	Persentase Pengaruh Kompensasi Tidak Langsung .....	110

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian .....	118
Lampiran B	Skor Jawaban Responden Untuk Kuesioner Penelitian .....	125
Lampiran C	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner .....	131
Lampiran D	Ringkasan Transformasi Data Ordinal ke Interval (MSI).....	137
Lampiran E	Skala Interval Item-Item Kuesioner.....	140
Lampiran F	Total Skala Kompensasi Langsung, Kompensasi Tidak Langsung dan Motivasi Karyawan dalam Pencapaian Target Penjualan .....	146
Lampiran G	Output Lisrel.....	148
Lampiran H	Surat Pernyataan Penelitian.....	153
Lampiran I	Surat Ijin Penelitian .....	154
Lampiran J	Berita Acara Bimbingan.....	155