

**PENGARUH MOTIVASI, KOMPENSASI DAN BUDAYA ORGANISASI
TERHADAP KINERJA TENAGA MARKETING
PADA PT. BANK X INDONESIA**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Studi Magister Manajemen



Oleh :

APRILYA EKA SUSIANTI

2012611064

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2017

**Pengaruh Motivasi, Kompensasi dan Budaya Organisasi
Terhadap Kinerja Tenaga Marketing
PT. Bank X Indonesia**

Diajukan oleh :

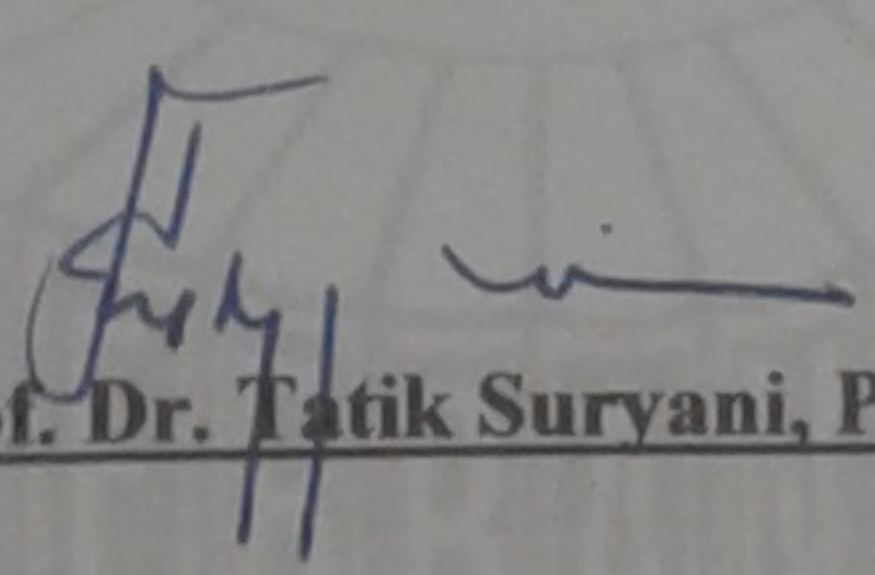
Aprilya Eka Susianti

2012611064

Tesis ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 12 Januari 2017


(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.,MM.)

TESIS

PENGARUH MOTIVASI, KOMPENSASI DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA TENAGA MARKETING PT. BANK X INDONESIA

Disusun oleh :

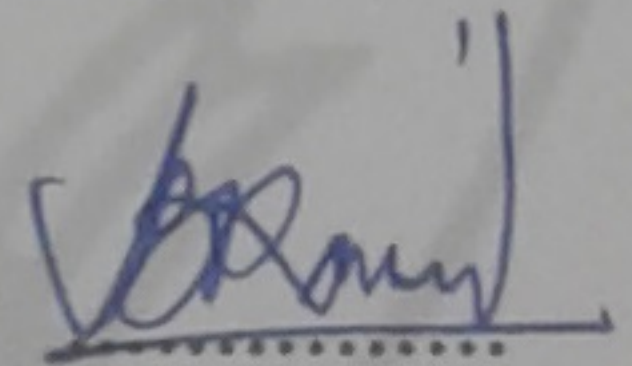
APRILYA EKA SUSIANTI
2012611064

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Tesis
pada tanggal 24 Februari 2017

Tim Penguji

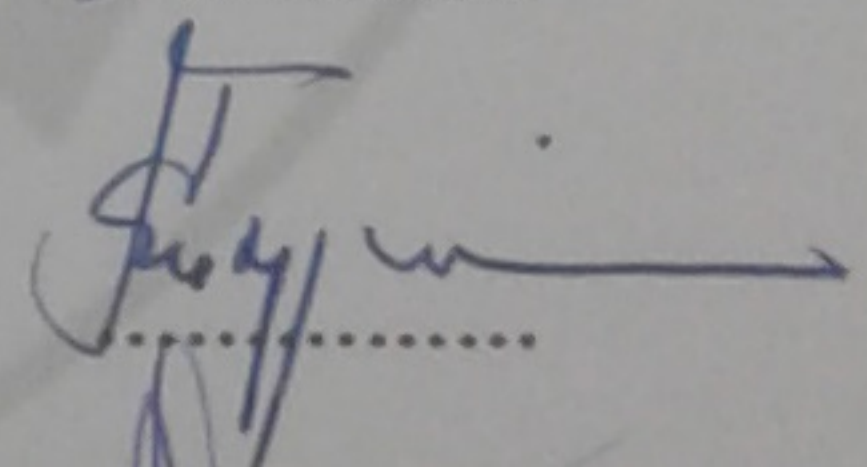
Ketua

: Dr. Basuki Rachmat , SE., MM.



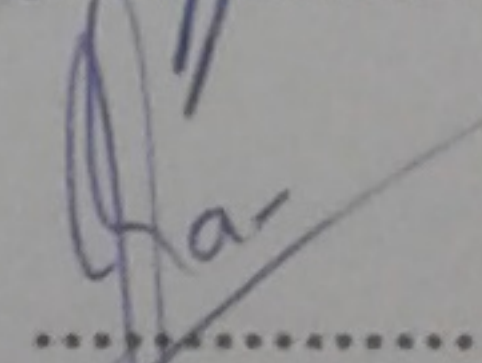
Sekretaris

: Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi., MM.

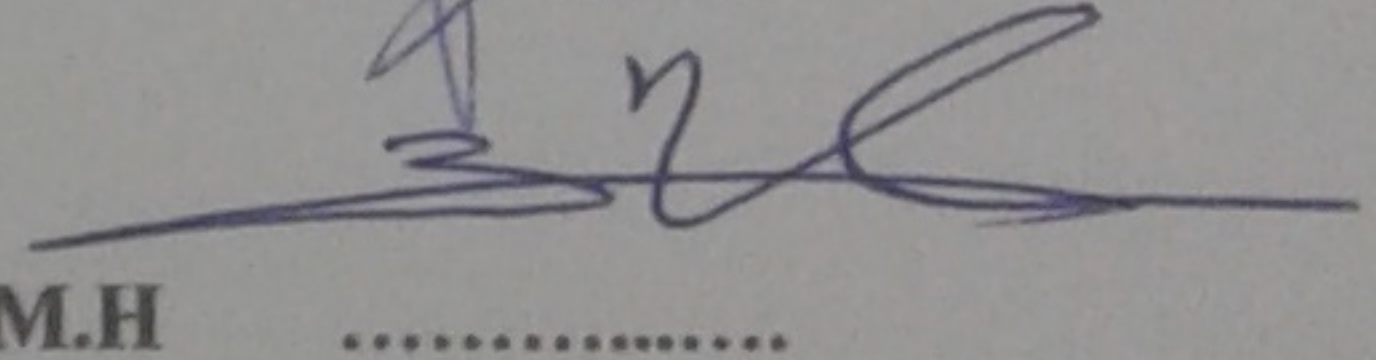


Anggota

: 1. Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si



2. Dr. Ronny, S.Kom, M.Kom, M.H



LEMBAR PENGESAHAN TESIS

m a : Aprilya Eka Susianti

mpat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 10 April 1989

.M : 2012611064

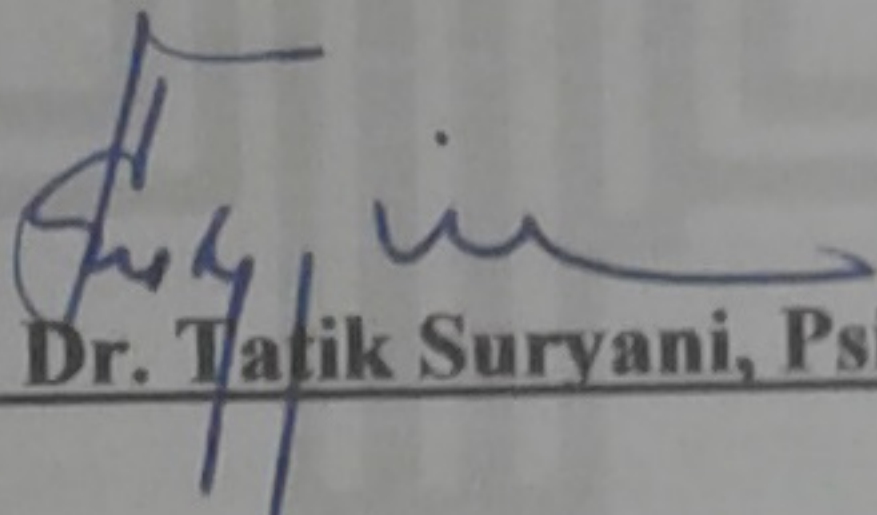
ogram Pendidikan : Pascasarjana (Magister Manajemen)

dul : Pengaruh Motivasi, Kompensasi dan Budaya Organisasi
Terhadap Kinerja Tenaga Marketing PT. Bank X Indonesia

Disetujui dan diterima baik oleh :

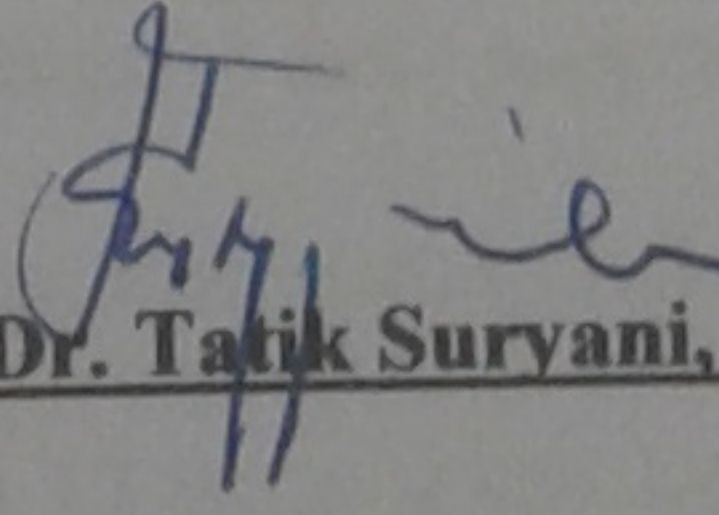
Dosen Pembimbing,

Tanggal: *11 Maret 2017*


(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.,MM.)

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Tanggal: *1 Maret 2017*


(Prof. Dr. Tatik Suryani, Psi.,MM.)

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah atas Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh Motivasi, Kompensasi, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Tenaga Marketing PT. Bank X Indonesia ”**. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis menyelesaikan tesis ini, berterima kasih diucapkan kepada :

1. Dr. Lutfi, S.E., M.Fin. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Prof.Dr. Tatik Suryani, Psi.MM selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Program Studi Magister Manajemen STIE Perbanas Surabaya, yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan semangat sampai bisa menyelesaikan tesis dengan baik.
3. Bapak dan Ibu Dosen beserta civitas akademika STIE Perbanas Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan, serta seluruh staf perpustakaan dan karyawan STIE Perbanas Surabaya.
4. Kedua orang tua (Bpk. Bambang Sumanto dan Ibu. Narti), dan adek Dwi Erlanda Putra, S.Or yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga terselesaikan tesis ini.
5. Kepala cabang penulis yaitu Ibu Chatarina dan Kadiv Analis yaitu pak Hendri, terimakasih atas dukungan dan supportnya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan tesis tanpa mengesampingkan pekerjaan dikantor.
6. Teman-teman angkatan 13 yang selalu kompak dan saling mendukung sehingga bisa lulus bersama. Mba Dhika, Karina, Dian, Penulis, Cece Stefy dan menyusul selanjutnya Mba Ledi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP UJI	ii
HALAMAN LULUS UJI TESIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Jurnal Ririvega Kasenda (2013).....	11
2.1.2 Jurnal Yuli Suwanti (2013)	12
2.1.3 Jurnal Tanto Wijaya dan Fransisca Andreani (2015).....	13
2.1.4 Jurnal Latib,Aziz Fathoni,Maria Magdalena (2016).....	14
2.1.5 Jurnal Ni Made Nurcahyani (2016)	15
2.2 Landasan Teori	19

2.2.1 Motivasi	19
2.2.2 Kompensasi	21
2.2.3 Budaya Organisasi	23
2.2.4 Kinerja	25
2.2.5 Pengukuran Kinerja.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	33
2.3.1 Pengaruh Motivasi terhadap Kinerja Tenaga Marketing	33
2.3.2 Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Tenaga Marketing.....	34
2.3.3 Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Tenaga Marketing	35
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.5 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Rancangan Penelitian	37
3.2 Batasan Penelitian	38
3.3 Identifikasi Variabel	38
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41
3.6 Instrumen Penelitian.....	41
3.7 Metode Pengumpulan Data	43
3.8 Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran dan Subyek Penelitian.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	51
4.1.2 Karakteristik Responden Menurut Usia	52
4.1.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	52

4.1.4 Karakteristik Responden Menurut Masa Kerja	53
4.2 Analisis Data	53
4.2.1 Analisa Data Deskriptif	50
4.2.1.1 Deskripsi Variabel Motivasi (X_1).....	54
4.2.1.2 Deskripsi Variabel Kompensasi (X_2).....	55
4.2.1.3 Deskripsi Variabel Budaya Organisasi (X_3)	55
4.2.1.4 Deskripsi Variabel Kinerja (Y_1).....	56
4.2.2 Analisis Statistik	57
4.2.2.1 Uji Validitas Data.....	57
4.2.2.2 Uji Reliabilitas	59
4.2.2.3 Uji Normalitas.....	60
4.2.2.4 Uji Multikolinieritas.....	61
4.2.2.5 Uji Autokorelasi.....	62
4.2.3.6 Analisis Regresi dan Hasil Pengujian Hipotesis	63
4.3 PEMBAHASAN.....	66
4.3.1. Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Marketing	66
4.3.2. Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Tenaga Marketing.....	68
4.3.2. Pengaruh Kompensasi Terhadap Kinerja Tenaga Marketing.....	65
4.3.3. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Tenaga Marketing.....	69

BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Keterbatasan Penelitian	71
5.3 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Responden	51
Tabel 4.2 : Usia Responden.....	52
Tabel 4.3 : Pendidikan Terakhir Responden	52
Tabel 4.4 : Masa Kerja Responden	53
Tabel 4.5 : Penentuan Kategori Penilaian	54
Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi dan Nilai Mean Motivasi	54
Tabel 4.7 : Distribusi Frekuensi dan Nilai Mean Kompensasi.....	55
Tabel 4.8 : Distribusi Frekuensi dan Nilai Mean Budaya Organisasi	56
Tabel 4.9 : Distribusi Frekuensi dan Nilai Mean Kinerja	56
Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	58
Tabel 4.11 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	59
Tabel 4.12 : Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.13 : Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.14 : Uji Autokorelasi	62
Tabel 4.15 : Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	63
Tabel 4.16 : Hasil Uji Statistik F	64
Tabel 4.17 : Hasil Uji Statistik t	65

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1	:	Kerangka Pemikiran.....	36
------------	---	-------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinearitas, Autokorelasi)

Lampiran 6 : Hasil Uji Determinasi r^2

Lampiran 7 : Hasil Uji F

Lampiran 8 : Hasil Uji t

Lampiran 9 : Jadwal Penulisan

Lampiran 10 : Surat Pernyataan

Lampiran 11 : Hasil Uji Turnitin

THE AFFECT OF MOTIVATION, COMPENSATION, AND CULTURE ORGANIZATION TO MARKETER PERFORMANCE OF PT. BANK X INDONESIA

Aprilya Eka Susianti, S.E
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

ABSTRAK

The purpose of this research is to examine and analyze the influence of motivation, compensation, and culture organization to marketer performance in PT. Bank X Indonesia. The sample is 42 of marketer performance with the data collection method used a questionnaire for then analyzed use SPSS for Windows version 20.0. The analyzing method was multiple linear regression test.

The result of regression analysis showed that motivation, compensation, and culture organization variables simultaneously affect insignificant to marketer performance PT. Bank X Indonesia. The result of t-test showed that motivation, compensation, and culture organization variables partial affect insignificant to marketer performance PT. Bank X Indonesia.

Keywords : motivation, compensation, culture organization, performance