

**PREDIKTOR MOTIVASI KERJA GENERASI Z PADA
MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS
DARMAJAYA LAMPUNG**

SKRIPSI



Oleh :

ARIES APRIYANTI

1512110440

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2019

**PREDIKTOR MOTIVASI KERJA GENERASI Z PADA
MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS
DARMAJAYA LAMPUNG**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

Pada Jurusan Manajemen

Disusun Oleh:

Aries Apriyanti

1512110440



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG**

2019



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggungjawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, Febuari 2019



ARIES APRIYANTI

NPM. 1512110440

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PREDIKTOR MOTIVASI KERJA
GENERASI Z PADA MAHASISWA
INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS
DARMAJAYA LAMPUNG**

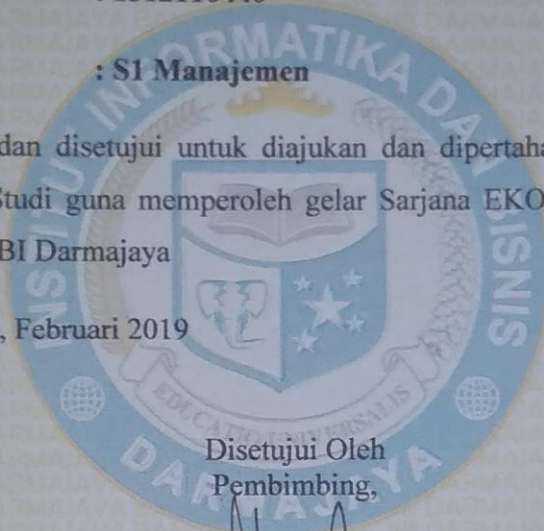
Nama Mahasiswa : **ARIES APRIYANTI**

NPM : **1512110440**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar Sarjana EKONOMI pada jurusan MANAJEMEN IBI Darmajaya

Bandar Lampung, Februari 2019



Disetujui Oleh
Pembimbing,

Betty Magdalena, S.Pd., M.M

NIK.12100111

Mengetahui
Ketua Program Studi



Aswin, S.E., M.M

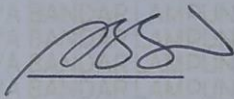
DANIK. 10190605

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Pada tanggal 13 Maret 2019 telah diselenggarakan sidang SKRIPSI dengan judul **PREDIKTOR MOTIVASI KERJA GENERASI Z PADA MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA LAMPUNG** untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna memperoleh gelar SARJANA, bagi mahasiswa :

Nama : ARIES APRIYANTI
NPM : 1512110440
Program Studi : MANAJEMEN

Dan telah dinyatakan **LULUS** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

<u>Nama</u>	<u>Status</u>	<u>Tanda tangan</u>
1. Anggalia Wibasuri, S.Kom.,M.M	-Penguji I	
2. Stefanus Rumangkit, S.E.,M.Sc	-Penguji II	

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi IBI Darmajaya


Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, M.S., Ph.D

NIK. 14580718

RIWAYAT HIDUP

1. IDENTITAS


Nama : Aries Apriyanti
NPM : 1512110440
Tempat dan Tanggal Lahir : Hanura, 13 April 1996
Agama : Islam
Alamat : Hanura
Kewarganegaraan : Indonesia

2. RIWAYAT PENDIDIKAN

Taman Kanak-kanak : TK Darma Wanita Hanura
Sekolah Dasar : SD Negri 1 Hanura
Sekolah Menengah Pertama : SMP Negri 1 Padang Cermin
Sekolah Menengah Atas : SMA Negri 1 Padang Cermin

Dengan ini saya menyatakan bahwa semua keterangan yang saya sampaikan diatas adalah benar.

Bandar Lampung, Februari 2019


Aries Apriyanti
NPM.1512110440

PERSEMBAHAN

Dengan bangga dan bahagia saya khaturkan rasa syukur dan terima kasih saya kepada :

Allah Swt, Segala bentuk syukur saya panjatkan untuk-NYA Tuhan semesta alam yang telah memberikan saya segala hal yang baik sampai detik ini.

Ayah saya Saino dan Ibu saya Ira Wasita, yang telah mencurahkan segalanya untuk saya sehingga saya sampai di jenjang ini. Hal sebesar apapun tidak akan bisa menggantikan apa yang telah kalian berikan kepada saya selama ini, saya persembahkan ini sebagai wujud cintaku atas segala lantunan do'a terbaik untukku anakmu. **Tante Susanti**, Terimakasih untuk segala bimbingan dan arahan serta nasehat selama ini, dan serta sudah menjadi orang tua kedua bagi saya selama saya menempuh pendidikan di IIB Darmajaya.

Saudara kandungku Aprilian Rohmady, Terima Kasih untuk selalu memberikan dukungan, do'a, semangat sehingga menjadikan saya adik yang beruntung mempunyai kakak sepertimu.

Sahabat terbaik (Arninthya Fenny MS, Leni Sukaesih, Dwi Umi KS, Jevo Yolanda) terima kasih untuk semangat, do'a dan suka cita yang tiada habisnya.

Rekan- Rekan Lampung Corpse Grinder terima kasih untuk segala bentuk dukungan baik semangat, do'a dan motivasi yang di berikan.

Rekan-Rekan Bidik Misi IBI DARMAJAYA terima kasih untuk support dan dukungan selama berjuang bersama.

Terspesial untuk teman yang datang saat butuh dan menghilang saat di butuhkan. I Love You gengs berkatmu aku bisa.

Aries Apriyanti

MOTTO

Imajinasi wanita itu sangat cepat : Mereka melompat dari permukaan ke cinta. Dan dari cinta ke perkawinan

Jane Austen

Aku tidak aneh. Aku adalah edisi terbatas.

Anomin

Jangan takut menjadi wanita yang berbeda karena mimpi yang terlalu luar biasa. Takutlah ketika sama dengan wanita biasa dengan keinginan yang sama dan tujuan yang sama.

Aries Apriyanti

ABSTRAK

PREDIKTOR MOTIVASI KERJA GENERASI Z PADA MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA LAMPUNG

Oleh

ARIES APRIYANTI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis prediktor atau faktor-faktor apa saja yang menjadi motivasi kerja Generasi Z pada mahasiswa institut informatika dan bisnis darmajaya lampung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian menggunakan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa institut informatika dan bisnis lampung jurusan manajemen angkatan 2015 semester 7, sampel dalam penelitian ini adalah 83 responden dengan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin menghasilkan 83 responden. Metode pengumpulan data dengan menggunakan studi lapangan dengan metode wawancara, kuesioner, dan obserfasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri, kebutuhan aktualisasi diri menjadi motivasi kerja tertinggi Generasi Z pada mahasiswa institut informatika dan bisnis darmajaya lampung

Kata Kunci: Motivasi Kerja dan Generasi Z

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING GENERATION Z'S WORK MOTIVATION IN INFORMATICS AND BUSINESS INSTITUTE DARMAJAYA.

By

ARIES APRIYANTI

The objective of this research was analyzing the factors affecting the Generation Z's work motivation in Informatics and Business Institute Darmajaya. The type of this research was the quantitative research through the descriptive research method. The subject of this research was the 7th semester students of 2015's management study program in Informatics and Business Institute Darmajaya. The sampling technique used in this research was through Slovin Formula. The number of samples used in this research was 83 respondents. The data collecting technique used in this research was conducting interviews, distributing questionnaires, and implementing observations. The result of this research showed that the physiological needs, the security needs, the social needs, the self-esteem needs, and the self-actualization needs became the highest work motivation criteria of the students of Informatics and Business Institute Darmajaya as the generation Z.

Keywords: Work Motivation and Generation Z

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadirat ALLAH SWT. Karena dengan ridho dan karunia Nya jugalah sehingga saya dapat menyelesaikan suatu tugas dari jurusan Manajemen IBI Darmajaya Bandar Lampung dengan judul “Prediktor Motivasi Kerja Generasi Z Pada Mahasiswa Institut Informatika & Bisnis Darmajaya Lampung”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen IBI Darmajaya Bandar Lampung.

Dengan selesainya skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Ir. H. Firmansyah, Y. Alfian, MBA., MSc, selaku Rektor Informatics and Business Institute IBI DARMAJAYA Bandar Lampung.
2. Bapak Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, M.S., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi IBI DARMAJAYA Bandar Lampung.
3. Ibu Aswin, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen
4. Ibu Betty Magdalena, S.Pd.,M.M Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Ibu Susanti, S.E., M.M., sebagai orang tua kedua dan Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta mendidik saya dalam belajar selama saya berkuliah ini hingga selesai.
6. Para dosen dan staf Jurusan Manajemen Informatics and Business Institute (IBI) DARMAJAYA yang telah membagikan ilmu dan pengetahuan mereka yang bermanfaat kepada penyusunan dalam pembelajaran.
7. Keluargaku Ibu, Ayah, serta saudaraku yang selalu setia mendukungku baik dalam materil maupun spiritual selama penyusunan skripsi ini.
8. Rekan-rekan angkatan 2015, teman-teman satu bimbingan dan semua teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan dan dorongannya.

9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dalam membantu pengisian kuesioner
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan baik moril maupun materil selama ini.
11. Almamater tercinta IBI Darmajaya.

Semoga Allah SWT mencatatnya sebagai amal ibadah dan selalu memberikan keberkahan dan rahmat-Nya kepada kita semua dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca khususnya bagi civitas akademik Jurusan Manajemen IBI Darmajaya.

Bandar Lampung, Februari 2019
Penulis

Aries Aprivanti
NPM. 1512110440

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.3.1. Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2. Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3. Ruang Lingkup Tempat	10
1.3.4. Ruang Lingkup Waktu	10
1.3.5. Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Bagi Peneliti.....	10
1.5.2. Bagi Institusi	10
1.5.3. Bagi Perusahaan.....	10
<u>1.6</u> Sistematika Penulisan	11

BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Motivasi Bekerja.....	13
2.1.1 Pengertian Motivasi Bekerja.....	15
2.1.2 Pendorong Motivasi Bekerja.....	15
2.1.3 Pendekatan Dalam Motivasi	17
2.1.4 Tantangan dalam Memotivasi.....	18
2.1.5 Indikator Motivasi Bekerja	19
2.2 Generasi Z.....	20
2.2.1 Pengertian Generasi Z.....	20
2.2.2 Karakteristik Generasi Z.....	21
2.2.3 Perlakuan Terhadap Generasi Z.....	23
2.3 Penelitian Terdahulu	24
2.4 Kerangka Pikir	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
<u>3.1</u> Jenis Penelitian	27
<u>3.2</u> Sumber Data	27
<u>3.3</u> Metode Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Studi Lapangan	28
<u>3.4</u> Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel	30
3.5 Variabel Penelitian.....	31
3.6 Definisi Oprasional Variabel	31
3.7 Uji Persyaratan Instrumen.....	32
3.7.1 Uji Validitas	32
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.8 Metode Analisis Data.....	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Deskripsi Data.....	37
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Objektif	37
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	39
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	41
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	41
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.3 Metode Analisis Data.....	43
4.4 Pembahasan	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTARPUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Instrument <i>Skala Likert</i>	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel	32
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi	34
Tabel 3.4 Kriteria Analisis Desjriptif Persentase.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Motivasi Kerja	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Motivasi Kerja	41
Tabel 4.6 Koefisien product moment.....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.8 Frekuensi Interval Kelas	43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di Zaman serba canggih saat ini dunia sudah sangat bergantung pada teknologi yang sangat canggih. Hal tersebut didukung dengan munculnya Generasi Z yang memang lahir pada masa teknologi mulai merambah di dunia. Generasi Z hadir pada masa di mana internet dan teknologi informasi berkembang pesat sebagai mainan menarik yang menggantikan mainan tradisional pada era generasi sebelum mereka (*baby boomers, Gen X, dan Gen Y*). Tidak mengherankan bila Generasi Z sangat fasih berinovasi dan berkreasi dengan teknologi informasi. Mereka adalah bagian dari masyarakat global yang sangat menjunjung didalam dunianya, yang ingin mendapatkan hasil akhir dengan segera namun terkadang mengabaikan proses yang seharusnya mereka jalani. Sejauh ini, di bandingkan dengan generasi milenial yang lebih serba-bisa, lebih individual, lebih wirausahawan, lebih cepat terjun ke dunia kerja, berpikiran lebih terbuka, lebih global, dan tentu saja lebih ramah teknologi Generasi Z dikenal sebagai karakter yang lebih fokus.

Kedekatan generasi ini dengan dunia teknologi dapat membuktikan masa depan sektor tersebut akan semakin cerah di tangan mereka. Menurut survei Nielsen dari segi ekonomi, Generasi Z sudah memengaruhi konsumen dalam pembeli produk elektronik dan perputaran ekonomi dunia sebagai 62 persen. Ini dipengaruhi oleh kehidupan mereka yang sudah serba ketergantungan dan terkoneksi dengan internet. Generasi X merupakan generasi yang lahir dalam kurun waktu tahun kelahiran 1965 sampai dengan 1979 masehi. Generasi ini terlahir pada masa gejolak dan transisi global seperti era Perang Dingin antara blok timur yang dikomandoi Uni Soviet dan blok barat yang dikomandoi Amerika Serikat, Perang Vietnam antara pasukan Vietkong yang Amerika Serikat dengan pasukan Vietnam Selatan yang dikomandoi berhaluan komunis,

serta revolusi tenteram yang menandakan jatuhnya tembok Berlin dan bersatunya Jerman Timur dan Jerman Barat.

Generasi Y adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun kelahiran 1981 sampai dengan 1994 masehi. Generasi ini disebut juga dengan sebutan generasi milenial, yang sudah mengenal teknologi seperti komputer, *video games*, dan *smartphone*. Ungkapan Generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, *instant messaging* dan media sosial seperti facebook, line, path, instagram, whatsapp, dan twitter. Mereka juga suka main game *online*.

Namun, dari perbedaan generasi tersebut Generasi Z memiliki ambisi dan rasa percaya diri yang lebih besar dari Generasi X dan Generasi Y. Generasi ini lebih mementingkan omongan orang lain daripada dirinya sendiri ini dampak buruk yang terjadi akibat terlalu ingin di perhatikan, terlebih jika ia kesepian karena orang tua yang sibuk bekerja atau ia yang memilih menutup dunianya dengan dunia sosial media yang tak ada henti-hentinya. Namun, dari hal buruk tersebut mereka dapat dengan baik mengerjakan sesuatu yang menjadi tanggung jawab Generasi Z dalam dunia kerja dengan kebebasan yang di dapat dalam menyelesaikan pekerjaan yang di berikan. Dengan saling peduli dan menghargai orang lain Generasi Z dapat memberikan ide dan gagasan yang luar biasa dalam pekerjaannya dan berkontribusi dalam mengubah dunia yang lebih baik.

Generasi Z adalah generasi pertama yang lahir di dunia dimana segala aspek fisik (manusia dan tempat) mempunyai ekuivalen digital. Menurut Generasi Z dalam dunia nyata atau dunia maya (virtual) adalah di mana dunia yang sangat berdampingan atau tumpang tindih dalam kehidupannya. Generasi Z selalu dapat berusaha dengan baik dalam melakukan kustomisasi dan mengidentifikasi atau menyesuaikan identitas mereka sendiri agar dikenal dunia lebih mudah. Sejumlah Generasi Z juga lebih memilih untuk membuat

uraian pekerjaan sendiri daripada diberikan deskripsi yang sudah umum. Kedekatan generasi ini dengan teknologi sekaligus membuktikan masa depan sektor tersebut akan semakin cerah di tangan mereka. Ini dipengaruhi oleh kehidupan mereka yang sudah serba terkoneksi dengan internet. Namun, Generasi Z tidak dapat dengan mudah menerima sesuatu yang menurut mereka tidak dalam konteks dunianya karena Generasi ini bersikap egosentris dan individualis. Mereka menginginkan hal-hal yang instan, kurang menghargai proses, cepat marah dan tidak sabaran, Kecerdasan intelektual mereka berkembang dan bisa jadi tergolong tinggi, namun, EQ mereka belum tentu tinggi juga. Mereka tidak lagi peduli dengan keadaan di sekitar mereka.

Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya merupakan sebuah perguruan tinggi swasta yang terkemuka di Bandar Lampung dimana perguruan tinggi ini memiliki mahasiswa yang termasuk dalam Generasi Z. Mahasiswa merupakan aset dan pemeran utama bagi kemajuan perguruan tinggi dan juga pemaju bagi perusahaan yang membutuhkan karyawan. Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya memberikan motivasi kerja dan dorongan pada Generasi Z dengan memberikan berbagai kesempatan untuk bekerja di perusahaan terkemuka di dalam atau di luar Lampung. Di bandingkan dengan Generasi Z yang cenderung memiliki cap jelek dari masyarakat. Generasi ini disebut sebagai generasi berandal yang narsistik dan generasi yang terobsesi oleh self-branding. Perbedaannya adalah jika Generasi Y adalah generasi yang berorientasi pada masa depan, maka Generasi Z tumbuh menjadi generasi yang lebih realistis atau berorientasi pada masa sekarang. Seiring meleburnya Generasi Z menjadi karyawan full time, perusahaan perlu beradaptasi dengan harapan karir mereka agar dapat menarik calon kandidat talent pool masa depan dari generasi ini. Dibandingkan dengan Generasi Y, Generasi Z lebih fokus menemukan pekerjaan impian daripada stabilitas finansial.

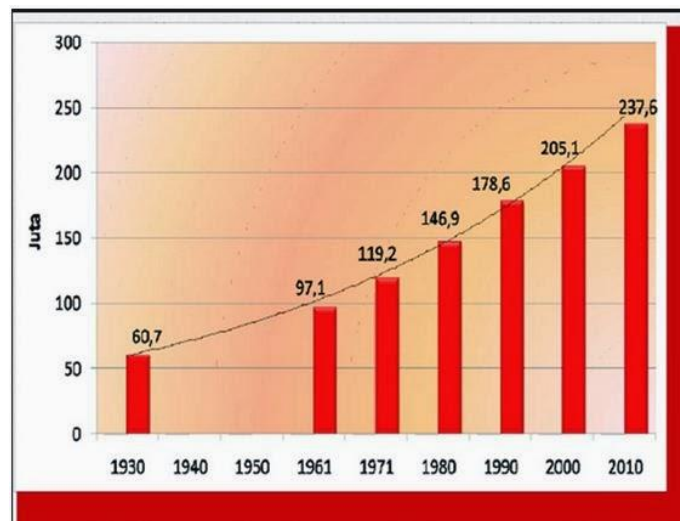
Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) memproyeksikan pada tahun 2035 Indonesia memiliki penduduk sekitar 305,6 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sekitar 68,1 persen (207,8 juta) adalah penduduk **usia produktif (15-**

64 tahun). Jika dikerucutkan lagi, usia paling produktif seseorang biasanya ada di rentang 25-40 tahun. Jumlah usia produktif sebanyak itu bisa menjadi berkah tersendiri namun sekaligus masalah bagi Indonesia. Bila merujuk pada teori generasi, kelompok yang lahir pada pergantian milenium itu disebut dengan Generasi Z. Artinya, mereka yang lahir pada rentang 1995-2010 adalah kelompok generasi emas yang akan menjadi tulang punggung bonus demografi di tahun 2035.

Satu hal positif yang bisa diambil dari Generasi Z adalah keterbukaan, niat yang amat besar untuk maju, dan tingginya wawasan serta pengetahuan. Hal tersebut amat wajar karena Generasi Z tumbuh di era yang memudahkan setiap manusia untuk mencari informasi akan suatu hal yang baru. Dalam mencari pekerjaan Faktor paling penting yang dipertimbangkan oleh generasi Z dalam tahap mencari perusahaan potensial adalah natur pekerjaan dan work-life balance. Selain itu Generasi Z cenderung lebih mengutamakan faktor pemenuhan kepuasan internal dan kesempatan untuk mengembangkan skill dan talent. Dalam tahap retensi pekerjaan, hubungan yang baik dengan boss merupakan faktor krusial yang sama pentingnya dengan jumlah penghargaan dan kompensasi pekerjaannya. Semua faktor ini juga semakin membuktikan nature Generasi Z yang cenderung social dan mencari pembuktian diri. Perusahaan baiknya memfasilitasi lingkungan kerja yang dinamis dan menciptakan hubungan antar pekerja yang harmonis. Generasi Z menganggap financial reward, kontribusi terhadap sesuatu yang berarti, dan pengakuan merupakan faktor yang utama. Penekanan pada pengakuan dan kesempatan untuk membuktikan diri adalah poin penting yang harus dicatat oleh perusahaan. Dengan demikian, suasana dan lingkungan pekerjaan dapat beradaptasi dengan membludaknya supply tenaga kerja Generasi Z dimasa mendatang.

Tabel 1.2

Tingkat Hidup Penduduk Indonesia Setiap 10 Tahun



Sumber: Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) 2018

Berdasarkan presentase diatas terlihat bahwa Generasi Z memiliki tingkat hidup yang sangat tinggi dan produktif untuk dapat bekerja. Sejauh ini, di bandingkan dengan generasi milenial yang lebih serba-bisa, lebih individual, lebih wirausahawan, lebih cepat terjun ke dunia kerja, berpikiran lebih terbuka, lebih global, dan tentu saja lebih ramah teknologi. Generasi Z dikenal sebagai karakter yang lebih tidak fokus. Kedekatan generasi ini dengan dunia teknologi dapat membuktikan masa depan sektor tersebut akan semakin cerah di tangan mereka. Menurut survei Nielsen dari segi ekonomi, Generasi Z sudah memengaruhi konsumen dalam pembeli produk elektronik dan perputaran ekonomi dunia sebagai 62 persen. Ini dipengaruhi oleh kehidupan mereka yang sudah serba ketergantungan dan terkoneksi dengan internet.

Generasi ini lebih mementingkan omongan orang lain daripada dirinya sendiri ini dampak buruk yang terjadi akibat terlalu ingin di perhatikan, terlebih jika ia kesepian karena orang tua yang sibuk bekerja atau ia yang memilih menutup dunianya dengan dunia sosial media yang tak ada henti-hentinya. Hal ini dapat berpengaruh pada tingkat keinginan bekerja dari individu tersebut. Ini terjadi karena kurangnya motivasi dari lingkungan sekitar yang cenderung lebih

mementingkan kesenangan dan memikirkan orang lain. Motivasi yang seharusnya mereka miliki tidak berkembang dengan baik karena faktor lingkungan dan kemajuan teknologi. Jika angkatan kerja termotivasi dengan baik maka akan menciptakan angkatan kerja yang berkeinginan untuk tetap bekerja dan mencari pekerjaan sesuai dengan keinginan dan kemampuan yang mereka miliki.

Akhmad Sudrajat (2012) berpendapat, Generasi Z memiliki karakteristik perilaku dan kepribadian yang kuat berbeda apabila dipandang dari dua generasi sebelumnya. Dijelaskan bahwa karakteristik umum Generasi Z diantaranya adalah FasihTeknologi merupakan orang-orang yang termasuk pada Generasi Z adalah mereka yang disebut dengan Generasi Digital, dimana mereka merupakan orang yang mahir dan terbiasa dengan penggunaan teknologi informasi termasuk berbagai fasilitas dan aplikasi komputer atau laptop. Sosial, Generasi Z mencakup pada orang-orang yang memiliki kecenderungan waktu yang lebih banyak dan lama untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang di dalam berbagai kalangan, tidak hanya teman seusianya namun tetapi juga pada orang lain yang lebih muda atau bahkan lebih tua melalui berbagai situs jejaring sosial seperti: Facebook, Twitter, SMS, BBM, dan lain sebagainya. Multitasking adalah orang Generasi Z yang terbiasa untuk melakukan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa melakukan aktifitas baik membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan.

Karakteristik yang telah dijelaskan diatas memiliki dua sisi yang berlawanan, yakni bisa dipandang sebagai hal yang positif dalam arti mampu memberikan manfaat bagi orang-orang Generasi Z sendiri beserta lingkungannya. Bisa jadi malah sebaliknya dapat dipandang sebelah mata sebagai hal yang negatif dalam arti malah memberikan dampak merugikan bagi orang-orang Generasi Z sendiri beserta lingkungannya. Masalah lain dalam proses rekrutmen pada perusahaan adalah banyaknya job seeker atau pencari kerja dari generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai tahun 2010

bertepatan dengan munculnya teknologi informasi. Generasi Z merupakan generasi yang cenderung kurang aktif berkomunikasi secara verbal, egosentris dan individualis, ingin menyelesaikan sesuatu dengan instan, tidak menghargai proses, dan kurang peduli terhadap lingkungan sekitar. Menurut Merari dan Suyasa (2016), jumlah job seeker dari Generasi Z di negara Indonesia mengalami peningkatan di tahun 2015. Selain itu, Indonesia akan memiliki Generasi Y dan Z yang sangat tinggi di tahun 2025 sebesar 148 juta jiwa atau 77% dari seluruh jumlah penduduk Indonesia.

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan maju atau mundurnya suatu perusahaan karena perannya dapat menentukan hasil yang diperoleh para tenaga kerja. Seiring dengan berkembangnya dunia yang kini tingkat keberhasilan di ukuran dari kemampuan atau prestasi suatu organisasi harus mempunyai potensi yang tinggi untuk dapat terus hidup dan berkembang. Sumber daya manusia perlu ditingkatkan dengan mendayagunakan sumber yang dimiliki oleh diri seseorang tersebut dengan potensi yang dimiliki. Salah satu sarana untuk peningkatan sumber daya manusia dalam suatu organisasi adalah dengan meningkatkan potensi dengan memotivasi sumber daya manusianya.

Sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan bantuan orang lain. Manusia akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dan memerlukan motivasi atau dorongan dari orang lain untuk mencapai apa yang menjadi tujuan hidupnya. Pimpinan organisasi atau perusahaan merupakan orang yang bekerja dengan bantuan dari para bawahannya, yaitu karyawan. Oleh karena itu, sudah menjadi kewajiban dari seorang pimpinan untuk mengusahakan agar para karyawan berprestasi. Kemampuan bawahan untuk dapat berprestasi disebabkan dengan adanya dorongan atau motivasi. Pemberian motivasi dengan tepat akan dapat menimbulkan semangat, gairah dan keikhlasan kerja dalam diri seseorang. Meningkatnya kegairahan dan kemauan untuk bekerja dengan sukarela tersebut akan menghasilkan pekerjaan yang lebih baik,

sehingga akan meningkatkan produktivitas kerja. Sedangkan seseorang yang mempunyai motivasi kerja rendah, mereka akan bekerja seenaknya dan tidak berusaha untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Motivasi kerja tidak bersifat permanen, suatu ketika bisa menjadi sangat tinggi dan mereda. Sehingga penanaman motivasi dalam diri seseorang perlu dipertahankan. Motivasi sangat penting dalam menimbulkan semangat dan dorongan kerja (Gerungan, 1982) , sehingga dengan adanya motivasi seseorang dapat melakukan tugas dan kegiatannya jauh lebih efektif.

Ada dua jenis motivasi yang dilihat dari arah datangnya yakni motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik (Wahyusumidjo, 1987). Motivasi intrinsik adalah motivasi yang arah rangsangannya berasal daridalam diri seseorang yang di dorong dengan prestasi, tanggung jawab dan kompetensi yang di miliki. Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang arah rangsangannya berasal dari luar diri seseorang yang bersumber dari upah dan fasilitas yang di tawarkan. Motivasi intrinsik menyebabkan seseorang sadar akan tanggung jawab dan pekerjaannya yang lebih baik daripada motivasi ekstrinsik. Hal itu disebabkan karena motivasi intrinsik murni berasal dari dalam diri seseorang. Sehingga karyawan yang memiliki motivasi intrinsik tinggi pada pekerjaannya memiliki kualitas kerja yang lebih baik dari motivasi ekstrinsik (Wahyusumidjo, 1987).

Seseorang yang memiliki kesadaran bekerja untuk memenuhi dan melangsungkan hidupnya akan berbeda dengan seseorang yang bekerja karena dipaksa oleh oranglain. Hasil bekerja karena kesadaran menciptakan kualitas performa kerja yang baik, karena sadar bahwa dengan bekerja baik, ia akan dapat memenuhi hidupnya. Sedangkan seseorang yang bekerja karena orang lain, akan menghasilkan performa yang tidak stabil karena ia bekerja untuk orang lain , bukan bagi dirinya. Dimana suatu saat ketika ia tidak tahan dengan tekanan, ia akan pergi meninggalkan pekerjaannya karena prioritasnya tidak penting bagi dirinya sendiri. Sedangkan motivasi ekstrinsik arah

rangsangannya berasal dari luar diriseseorang. Terkadang apabila seseorang memiliki motivasi intrinsik yang rendah, cara menaikkan motivasi bisa melalui motivasi ekstrinsik. Uang, Hadiah, Bonus merupakan salah satu dari kesekian rangsangan ekstrinsik yang mampu mendorong seseorang bila mengalami kobosanan atau penurunan motivasi dan kepercayaan dirinya yang berasal murni dalam diri (rangsangan internal) untuk kembali ditingkatkan. Jadi pada prinsipnya kedua motivasi ini bersifat salingmelengkapi. Dari latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti **“PREDIKTOR MOTIVASI KERJA GENERASI Z PADA MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA LAMPUNG”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah apa saja prediktor motivasi kerja generasi z?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1. Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah tingkat motivasi kerja khususnya pada mahasiswa IIB Darmajaya angkatan 2015 semester 7 jurusan SDM.

1.3.2. Ruang Lingkup Objek

Penelitian dilakukan pada perguruan tinggi IIB Darmajaya Jl. Za. Pagar Alam, Kedaton, Bandar Lampung.

1.3.3. Ruang Lingkup Tempat

Objek penelitian ini yaitu Generasi Z pada mahasiswa IIB Darmajaya.

1.3.4. Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang di tentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasari oleh kebutuhan penelitian yang mulai dilaksanakan.

1.3.5. Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Bidang keilmuan Manajemen Sumber Daya Manusia yang berdasarkan motivasi.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dikemukakan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui prediktor motivasi kerja Generasi Z.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam ruang lingkup sumber daya manusia. Dan penelitian ini dilakukan sebagai syarat kelulusan program pendidikan strata 1 Manajemen di IIB Darmajaya Lampung

1.5.2. Bagi Institusi

Sebagai masukan bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut. Menambah pemberdayaan pada perpustakaan, yang kelak akan berguna bagi mahasiswa.

1.5.3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna untuk memberikan informasi dan bahan masukan perusahaan dalam peningkatan pemanfaatan sumber daya manusia yang ada.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam penelitian bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilaksanakan oleh penulis yaitu teori sumber daya manusia.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan mengenai jenis penelitian, analisis penelitian, populasi dan sampel, sumber data dan metode pengumpulan dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai hasil Prediktor Motivasi Kerja Generasi Z Pada Mahasiswa Institut Informatika & Bisnis Darmajaya.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian mengenai Prediktor Motivasi Kerja Generasi Z Pada Mahasiswa Institut Informatika & Bisnis Darmajaya.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Motivasi Kerja

2.1.1 Teori Motivasi

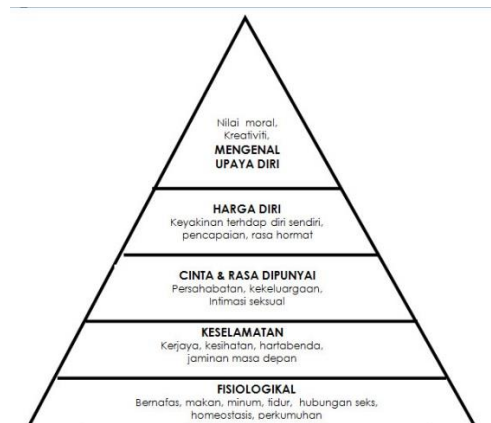
Teori hirarki kebutuhan Maslow dalam Wilson Bangun (2012, p. 318) teori kebutuhan yang membagi kebutuhan kedalam lima tingkatan yang pertama kebutuhan fisiologis yaitu kebutuhan dasar manusia untuk dapat hidup, kebutuhan paling dasar pada setiap orang adalah kebutuhan fisiologis yakni kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya secara fisik. Kebutuhan-kebutuhan itu seperti kebutuhan akan makanan, minuman, tempat berteduh, tidur dan oksigen (sandang, pangan, papan), kebutuhan fisiologis adalah satu-satunya kebutuhan yang bisa terpenuhi sepenuhnya atau minimal bisa diatasi. Yang khas dalam kebutuhan fisiologis adalah hakikat pengulangannya. Setelah manusia makan, mereka akhirnya akan menjadi lapar lagi dan akan terus menerus mencari makanan dan air lagi. Sementara kebutuhan di tingkatan yang lebih tinggi tidak terus menerus muncul.

Kebutuhan rasa aman merupakan kebutuhan-kebutuhan akan rasa aman ini diantaranya adalah rasa aman fisik, stabilitas, ketergantungan, perlindungan dan kebebasan dari daya-daya mengancam seperti kriminalitas, perang, terorisme, penyakit, takut, cemas, bahaya, kerusakan dan bencana alam. Serta kebutuhan secara psikis yang mengancam kondisi kejiwaan seperti tidak diejek, tidak direndahkan, tidak stres, dan lain sebagainya. Kebutuhan akan rasa aman berbeda dari kebutuhan fisiologis karena kebutuhan ini tidak bisa terpenuhi secara total. Manusia tidak pernah dapat dilindungi sepenuhnya dari ancaman-ancaman meteor, kebakaran, banjir atau perilaku berbahaya orang lain. Menurut Maslow, orang-orang yang tidak aman akan bertindak laku sama seperti anak-anak yang tidak aman. Mereka akan

bertingkah laku seakan-akan selalu dalam keadaan terancam besar. Seseorang yang tidak aman memiliki kebutuhan akan keteraturan dan stabilitas secara berlebihan serta akan berusaha keras menghindari hal-hal yang bersifat asing dan yang tidak diharapkannya.

Kebutuhan sosial manusia untuk ikut dalam kelompok masyarakat, Kebutuhan-kebutuhan ini meliputi dorongan untuk dibutuhkan oleh orang lain agar ia dianggap sebagai warga komunitas sosialnya. Sedangkan kebutuhan harga diri untuk memperoleh penghormatan dari luar, Maslow menemukan bahwa setiap orang yang memiliki dua kategori mengenai kebutuhan penghargaan, yaitu kebutuhan yang lebih rendah dan lebih tinggi. Kebutuhan yang rendah adalah kebutuhan untuk menghormati orang lain, kebutuhan akan status, ketenaran, kemuliaan, pengakuan, perhatian, reputasi, apresiasi, martabat, bahkan dominasi. Kebutuhan yang tinggi adalah kebutuhan akan harga diri termasuk perasaan, keyakinan, kompetensi, prestasi, penguasaan, kemandirian dan kebebasan. Sekali manusia dapat memenuhi kebutuhan untuk dihargai, mereka sudah siap untuk memasuki gerbang aktualisasi diri, kebutuhan tertinggi yang ditemukan Maslow.

Kebutuhan aktualisasi diri yang mendorong agar seseorang yang sesuai dengan ambisinya yang mencakup pertumbuhan, pencapaian potensi, dan pemenuhan kebutuhan Maslow melukiskan kebutuhan ini sebagai hasrat untuk semakin menjadi diri sepenuh kemampuannya sendiri, menjadi apa saja menurut kemampuannya. Dari titik pandang motivasi, teori ini menyatakan bahwa meskipun tidak ada kebutuhan yang dipenuhi secara lengkap, suatu kebutuhan yang dapat memberikan kepuasan yang cukup banyak tidak akan termotivasi lagi.



Sumber : Wilson Bangun 2012

2.1.2 Pengertian Motivasi Kerja

Menurut Stephen P. Robbins, (2015. p.127) Motivasi merupakan sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah dan ketentuan seseorang dalam upaya untuk mencapai tujuan. Dengan upaya untuk menuju tercapainya tujuan organisasi terhadap perilaku terkait pekerjaan. Robbins dan Judge dalam Wibowo, (2014, p.121) berpendapat bahwa motivasi kerja pada umumnya berkaitan dengan tujuan, sedangkan tujuan organisasional mencakup pada perilaku yang berkaitan dengan pekerjaan. Menurut Uno Hamzah dalam Wibowo, (2014, p.122) Motivasi kerja sebagai kekuatan dalam diri orang yang mempengaruhi arah, intensitas dan ketekunan perilaku sukarela seseorang untuk melakukan pekerjaan. Berdasarkan pendapat para ahli maka dapat diartikan bahwa motivasi kerja merupakan tujuan seseorang dalam melaksanakan pekerjaan berdasarkan mengenai kekuatan, arah, ketentuan dan ketekunan perilaku sukarela seseorang untuk melakukan pekerjaan.

2.1.3 Pendorong Motivasi Kerja

Jonah dalam David Stillman dan Jonah Stillman (2018, p.142) melihat sebagai dorongan motivasi kerja bersumber pada penelitian terhadap Generasi Z yang memfokus pada dorongan terhadap keinginan bekerja

yang mereka lihat dari bayaran atau gaji, rekan kerja atau lingkungan kerja dan kesenangan menjalankan pekerjaan.

Terdapat tiga faktor pendorong utama motivasi Baldoni dalam Wibowo (2014, p.124) yaitu :

1. *Energize*, adalah yang dilakukan pemimpin ketika mereka menetapkan contoh yang benar, mengkomunikasikan yang jelas dan menantang dengan cara yang tepat. Hal tersebut dilakukan dengan *exemplify*, *communicate* dan *challenge*.
 - a. *Exemplify*, adalah memotivasi dengan cara memulai memberi contoh yang baik.
 - b. *Communicate*, merupakan sentral kepemimpinan termaksud bagaimana pemimpin berbicara, mendengar dan belajar.
 - c. *Challenge*, adalah tantangan yang disukai orang. Pemimpin dapat mencapai tujuan karena menghubungkan tujuan dengan pemenuhan keinginan.

2. *Encourage*, adalah apa yang dilakukan pemimpin untuk mendukung proses motivasi melalui pemberdayaan, coaching dan penghargaan. Encourage dilakukan dengan cara *empower*, *coach* dan *recognize*.
 - a. *Empower*, merupakan proses dimana orang menerima tanggung jawab dan diberi kewenangan untuk melakukan pekerjaannya.
 - b. *Coach*, merupakan kesempatan bagi pemimpin untuk mengenal bawahannya secara pribadi dan menunjukkan bagaimana dapat membantu pekerja dalam mencapai tujuan pribadi dan organisasi.
 - c. *Recognize*, alasan tunggal yang paling kuat mengapa orang bekerja, disamping keperluan penghasilan.

3. *Exhorting*, adalah bagaimana pemimpin menciptakan pengalaman berdasarkan pengorbanan dan inspirasi yang menyiapkan landasan dimana motivasi berkembang. *Exhorting* dilakukan melalui *sacrifice* dan *inspire*.
 - a. *Sacrifice*, suatu ukuran pelyanan yang paling benar dengan menempatkan kebutuhan orang lain di atas kebutuhan kita sendiri.
 - b. *Inspire*, merupakan turunan motivasi, apabila motivasi datang dari dalam maka bentuknya adalah self – inspiration.

2.1.4 Pendekatan Dalam Motivasi

Mc Shane dan Von Glinow dalam Wibowo (2014, p:09) Pendekatan yang dapat dilakukan untuk memotivasi pekerjaan adalah melalui *employee engagement*. *Employee engagement* merupakan motivasi emosional dan kognitif pekerjaan, *self- efficacy* untuk menjalankan pekerjaan, perasaan kejelasan atas visi organisasi dan peran spesifik mereka dalam visi tersebut dan keyakinan bahwa mereka mempunyai sumber daya untuk dapat menjalankan pekerjaan.

Pendekatan lain untuk memotivasi pekerjaan adalah organizational justice yaitu persepsi menyeluruh tentang apa yang dianggap jujur di tempat kerja, terdiri dari : *distributive justice*, *procedural* dan *interactional justice*, (Robbins dan Judge, 2014, p:259) dikutip dari (Wibowo, 2014)

1. Distributive Justice

Menunjukkan kejujuran yang dirasakan antara rasio hasil individu dibandingkan dengan rasio hasil terhadap kontribusi orang lain. Terdapat 3 prinsip yang dapat diterapkan :

- a. *Equality principle*, prinsip kesamaan ketika kita yakin bahwa setiap orang dalam kelompok menerima hasil yang sama.

- b. *Need principle*, prinsip kebutuhan diterapkan ketika kita yakin bahwa mereka yang memiliki kebutuhan terbesar harus menerima hasil lebih banyak dari pada mereka dengan kebutuhan rendah.
- c. *Equity principle*, prinsip keadilan berpendapat bahwa orang harus dibayar proposional dengan kontribusinya.

2. *Procedural Justice*

Procedural Justice merupakan keadilan yang dirasakan dari prosedur yang dipergunakan untuk memutuskan distribusi sumber daya. Cara terbaik untuk memperbaikinya, yaitu :

- a. Dengan mulai memberikan suara kepada pekerja selama proses,
- b. Mendorong mereka untuk menunjukkan fakta dan perspektif atas dasar masalahnya,
- c. Pekerja cenderung merasa lebih baik setelah mempunyai kesempatan berbicara tentang apa yang ada dalam pikirannya.

3. *Interactional Justice*

Interactional justice merupakan persepsi individual terhadap tingkatan dimana mereka diperlakukan dengan bermartabat, perhatian dan rasa hormat. (Robinbins dan Judge, 2011, p.276) yang dikutip dari (Wibowo, 2014) menunjukkan bahwa ada beberapa pendekatan yang dapat dilakukan untuk memotivasi orang, antara lain : *job design, involvement* dan *reward*.

2.1.5 Tantangan dalam Memotivasi

Memotivasi orang adalah merupakan aspek kunci bagi manajer yang efektif. Menurut Kreitner dan Kinicki (2010, p.236) yang dikutip dari Wibowo (2014) ada dua tantangan yang dihadapi manajer :

1. Banyak tugas pekerjaan manajer direntang lebih luas.

2. Manajer mungkin tidak tau bagaimana memotivasi orang, selain sekedar menggunakan penghargaan financial.

Pentingnya bagi organisasi melatih manager mereka untuk menilai orang dengan tepat. Manajer harus membuat penghargaan ekstrinsik pada pekerja. Ada tiga hal yang perlu dipertimbangkan :

1. Menejer perlu memastikan bahwa tujuan kinerja diarahkan pada pencapaian hasil akhir yang besar.
2. Janji peningkatan reward tidak akan memperbaiki usaha lebih besar dan kinerja baik kecuali reward dikaitkan dengan jelas dengan kinerja dan cukup besar untuk mendapatkan kepentingan pekerja.
3. Motivasi dipengaruhi oleh persepsi pekerja tentang kejujuran alokasi reward.

2.1.6 Indikator Motivasi Kerja

Indikator motivasi kerja Abraham Maslow dalam Wilson Bangun (2012, p.318) :

1. **Kebutuhan Fisiologis**

Kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan paling mendasar dalam kehidupan manusia. Manusia dalam kehidupannya lebih mengutamakan kebutuhan fisiologis, karena kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang paling mendasar dalam kehidupan manusia. Kebutuhan ini meliputi sandang, pangan, papan dan kebutuhan fisik lainnya.

2. **Kebutuhan Rasa Aman**

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan akan keselamatan dan perlindungan dari bahaya fisik dan emosional. Dalam sebuah perusahaan dimisalkan adanya rasa aman tenaga kerja untuk

mengerjakan pekerjaan, adanya asuransi, tunjangan pensiun dan tunangan kesehatan.

3. Kebutuhan Sosial

Setiap manusia ingin hidup untuk berkelompok, kebutuhan sosial mencakup pada kasih sayang, rasa memiliki, diterima dengan baik dalam kelompok tertentu, dan persahabatan. Pada tingkat ini manusia sudah mulai ingin bergabung dengan kelompok lain di tengah masyarakat.

4. Kebutuhan Harga Diri

Kebutuhan harga diri menyangkut faktor penghormatan diri sendiri seperti, harga diri, otonomi dan prestasi dan faktor penghormatan dari luar misalnya, status, pengakuan, dan perhatian.

5. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Kebutuhan ini merupakan dorongan agar menjadi seseorang yang sesuai dengan ambisinya yang mencakup pertumbuhan, pencapaian potensi, dan pemenuhan kebutuhan diri.

2.2 Generasi Z

2.2.1 Pengertian Generasi Z

Tuhana Taufiq Andrianto berpendapat dalam bukunya tentang Mengembangkan Karakter Sukses Anak di Era Cyber (2011), diperkirakan akan terjadi trending topik “Generasi Z” kisaran pada tahun 2020, dimana segala aktifitas sehari-harinya sangat bergantung pada gadget berformat digital. Generasi Z adalah dimana kemampuan yang di miliki generasi ini lebih cepat dibanding dengan generasi lain dalam mengakses informasi, meskipun usia mereka masih tergolong belia. Mereka sejak kecil sudah diperkenalkan dengan teknologi yang canggih, seperti laptop, handphone , iPad, komputer, dan perangkat elektronik lainnya. Perkembangan dalam kemajuan dunia teknologi saat ini menjadi

pintu bagi manusia memasuki zaman era digital atau era cyber, dimana berbagai macam jenis teknologi digital dapat diakses dengan lancar dan bebas. Anak-anak, remaja, maupun orang dewasa sudah mulai dituntut untuk bisa ikut andil dalam perkembangan zaman saat ini, jika tidak, mereka akan bisa dibilang ketinggalan zaman. Tidak luput juga dengan generasi yang melek dengan teknologi. Generasi Z disebut juga dengan iGeneration, Generasi Net atau Generasi Internet adalah mereka yang hidup pada masa digital.

Seorang Psikolog, Elizabeth T. Santosa (2015, p. 23) berpendapat dalam bukunya yang berjudul *Raising Children in Digital Era* bahwa Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995, atau lebih tepatnya setelah tahun 2000. Generasi ini terlahir pada saat internet mulai masuk dan berkembang sangat pesat pada kehidupan manusia. Generasi Z ini tidak banyak mengenal masa saat telepon genggam belum diproduksi, saat mayoritas mainan sehari-hari masih tradisional dan tidak tergantung teknologi. Hellen Chou P. (2012. p, 35) memberikan pengertian terhadap istilah generasi Z: Generasi Z yang kemudian lebih banyak dikenal dengan generasi digital merupakan generasi yang mulai ketergantungan yang sangat besar pada teknologi digital atas tumbuh dan berkembang dengan sebuah teknologi digital.

2.2.2 Karakteristik Generasi Z

Akhmad Sudrajat berpendapat, Generasi Z memiliki karakteristik perilaku dan kepribadian yang kuat berbeda apabila dipandang dari dua generasi sebelumnya. Lebih lanjut dijelaskan bahwa karakteristik umum Generasi Z diantaranya adalah:

1. FasihTeknologi

Orang-orang yang termasuk pada Generasi Z adalah mereka yang disebut dengan Generasi Digital, dimana mereka

merupakan orang yang mahir dan terbiasa dengan penggunaan teknologi informasi termasuk berbagai fasilitas dan aplikasi komputer atau laptop. Segala informasi yang dibutuhkan dapat dengan mudah dan cepat diakses demi kepentingan hidup sehari-hari maupun kepentingan pendidikan.

2. Sosial

Generasi Z mencakup pada orang-orang yang memiliki kecenderungan waktu yang lebih banyak dan lama untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang di dalam berbagai kalangan, tidak hanya teman seusianya namun tetapi juga pada orang lain yang lebih muda atau bahkan lebih tua melalui berbagai situs jejaring sosial seperti: Facebook, Twitter, SMS, BBM, dan lain sebagainya. Bahkan tidak cukup hanya bersosialisasi dengan orang-orang atau teman satu daerah atau negara, tetapi juga lintas daerah dan lintas negara. Generasi Z juga lebih memiliki kecenderungan rasa toleransi yang lebih tinggi terhadap perbedaan budaya dan lingkungan di banding generasi lainnya.

3. Multitasking

Orang Generasi Z terbiasa untuk melakukan pelbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa melakukan aktifitas baik membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Mereka lebih memiliki rasa untuk segala sesuatu dapat dilakukan dengan cepat, dan sangat menghindari berbagai hal-hal yang terlalu lambat atau terbelit-belit.

Karakteristik yang telah dijelaskan diatas memiliki dua sisi yang berlawanan, yakni bisa dipandang sebagai hal yang positif dalam arti mampu memberikan manfaat bagi orang-orang Generasi Z sendiri beserta lingkungannya. Bisa jadi malah sebaliknya dapat dipandang

sebelah mata sebagai hal yang negatif dalam arti malah memberikan dampak merugikan bagi orang-orang Generasi Z sendiri beserta lingkungan.

2.2.3 Perlakuan Terhadap Generasi Z

Perlakuan pada generasi z terhadap anak tergolong akan lebih tepat apabila disesuaikan dengan karakteristik anak itu sendiri. Sebagai sebuah generasi yang unik, maka diperlukan perlakuan yang tepat. Al. Tridhonanto & Beranda Agency (2014. p, 77) berpendapat beberapa cara dalam memperlakukan anak yang sesuai dengan karakteristiknya, seperti:

1. Pemberian penghargaan (*rewards*)

Pemberian penghargaan kepada anak bisa dalam bentuk mainan, uang, makanan, dan lainnya. Penghargaan bukan untuk mengubah perilaku anak tetapi untuk menghargai hasil karya anak.

2. Membiasakan disiplin

Disiplin pada anak bertujuan agar anak dapat memiliki kontrol terhadap dirinya dengan menanamkan kepercayaan diri.

3. *Time-out*

Time-out adalah proses bagi anak untuk menenangkan diri dan menyadari kesalahannya. *Time-out* bukan hukuman, namun memberi waktu dan kesempatan pada anak untuk memperoleh kontrol atas perilakunya.

4. *Role Modeling*

Anak belajar dari mengamati tingkah laku, perbuatan, pandangan, pemikiran, cara berkomunikasi dari orang dewasa yang ada di sekitarnya. Sehingga perlu memberikan contoh perilaku dan tindakan positif.

5. *Encouragement*

Adanya dorongan semangat untuk memperoleh perilaku positif pada anak.

6. *Attention Ignore*

Langkah ini memfokuskan pada perbuatan baik yang dilakukan oleh anak sehingga anak akan mengulangi perbuatan tersebut dan mengabaikan perilaku buruk dan tidak akan melakukannya lagi.

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

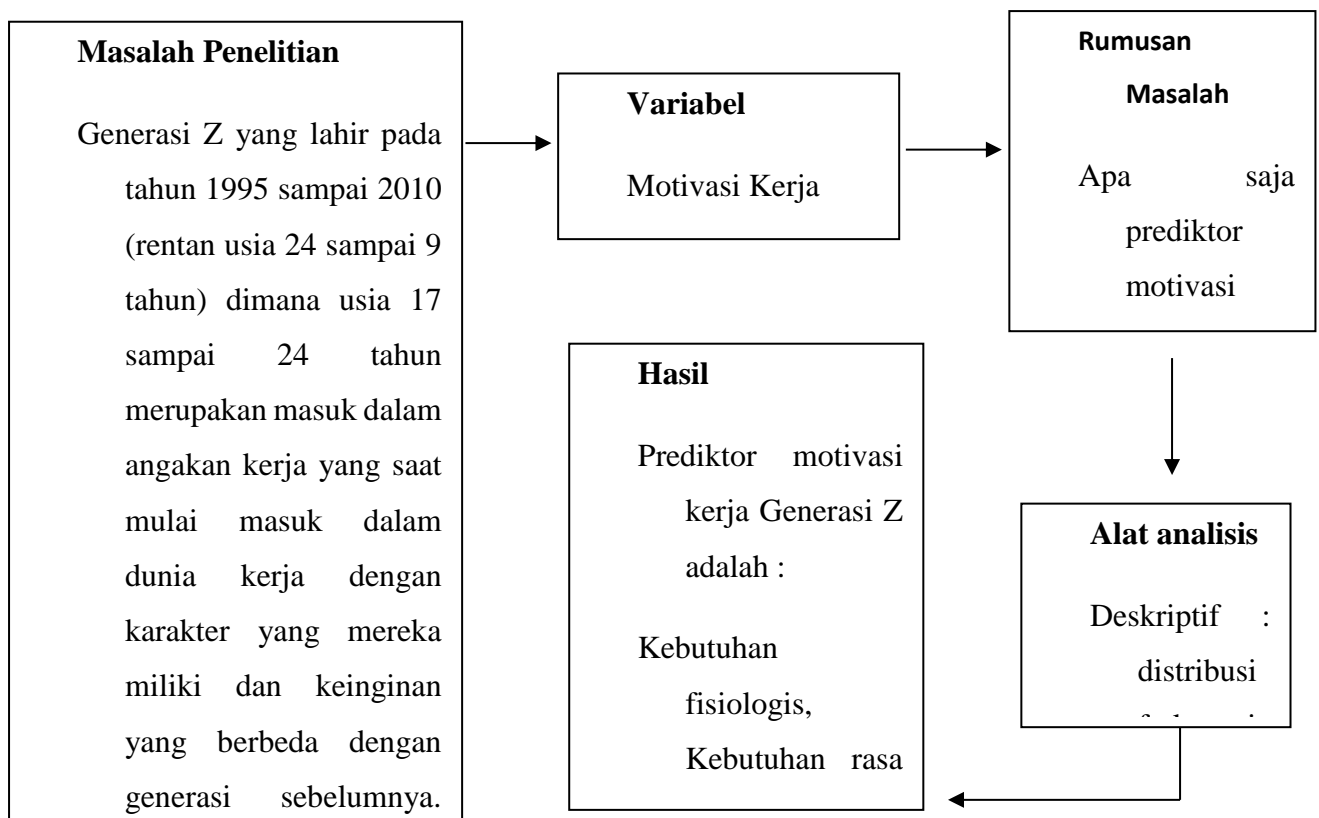
No	Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1	Nazmah dkk. (2014)	Pengaruh Motivasi Kerja dan Keadilan Organisasi Terhadap OCB	Kuantitatif	Dengan menggunakan metode kualitatif Menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara motivasi kerja dan organisasi terhadap OCB pada karyawan PT. Summit Oto Finance
2	Jhon Fredy Bobby Saragih. 2012	Fenomena Bermain Generasi Z Dan Hubungannya Dengan Eksistensi Ruang Bermain Terbuka Di Lingkungan Perumahan Sederhana	Deskriptif Kuantitatif	Anak-anak lebih suka bermain pada sekolah dan hampir semua responden anak-anak dapat mengoperasikan komputer. Anak-anak lebih suka menonton tv di bandingkan dengan pergi ke taman bermain yang ada di skitar rumah merka.
3	Yanuar Surya Putra. 2016	Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi	Kuantitatif	Hasil penelitian lain menunjukkan hasil yang secara umum memiliki kesamaan. <i>Veteran generation</i> atau sering juga disebut sebagai <i>silent generation</i> adalah generasi yang konservatif dan disiplin (Howe & Strauss, 1991), <i>Baby boom generation</i> adalah generasi yang materialistis dan berorientasi waktu (Howe & Strauss, 1991).

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam mengembangkan penelitian. Pada penelitian ini peneliti mengembangkan

hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan (Nazmah ,2014), (Jhon Fredy Bobby Saragih. 2012) dan (Yanuar Surya Putra. 2016) yang bergerak dibidang tenaga pendidikan, dan motivasi. Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan objek yang berbeda yaitu pada bidang minat kerja dan dorongan yang mendasari Generasi Z yang ada di IIB Darmajaya Kota Bandar Lampung.

2.4 Kerangka Pikir

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini, seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016, p. 8), metode kuantitatif adalah Metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan, metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2016, p. 58) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain. Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah di pelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

3.2 Sumber Data

Data Primer

Menurut Sugiyono (2016, p. 225) Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa data hasil wawancara dan hasil jawaban

pada kuisisioner yang diberikan kepada mahasiswa IIB Darmajaya Bandar Lampung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016, p. 137) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.3.1 Studi lapangan (*field reasearch*)

Studi lapangan (*field reasearch*) Metode yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- 1. *Interview* (Wawancara)**

Menurut Sugiyono (2016, p. 137) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari reponden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/lecil.

- 2. Kuesioner (Angket)**

Menurut Sugiono (2016, p. 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dillakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Penampilan fisik angket sebagai alat pengumpul data akan mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi angket. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini menggunakan penilaian berdasarkan *skala Likert*. Adapun bobot penilaiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Instrument Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
KurangSetuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2016, p. 145) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016, p. 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi itu sendiri bukan hanya sekedar menentukan berapa jumlah yang ada pada subjek atau objek yang dipilih saja, tetapi meliputi seluruh sifat atau karakteristik yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa IIB Darmajaya Bandar Lampung Program Studi Manajemen semester 7 yang berjumlah 506 mahasiswa. Hal ini dilakukan karena mereka sudah mulai menyiapkan diri untuk masuk dalam dunia kerja dan mereka merupakan Generasi Z.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016, p. 81) mendefinisikan Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian. Selain itu juga diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus menunjukkan segala karakteristik populasi sehingga tercermin dalam sampel yang dipilih, dengan kata lain sampel harus dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau mewakili (*representatif*). Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Taraf nyata atau batas kesalahan, Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%, karena dalam setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%, makin besar tingkat kesalahan maka semakin sedikit ukuran sampel. Jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 506 orang, dengan perhitungan sebagai berikut:

Maka :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{506}{1 + 506 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{506}{1 + 506 (0,01)}$$

$$n = \frac{506}{1 + 5,06}$$

$$n = \frac{506}{6,06}$$

$$n = 83,4$$

Maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 83 orang sampel. Sampel yang diambil sejumlah 83 orang yang sebelumnya berdasarkan perhitungan rumus slovin sebesar 83,4. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *teknik random*. Simple Random Sampling merupakan teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanda memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016, p. 38) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2008, p. 148) Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Operasional adalah unsur peneliti yang memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel, dengan kata lain definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana cara mengukur suatu variabel. Menurut Sugiyono (2016, p. 38) Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang diteliti

harus sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Motivasi Kerja	Motivasi kerja sebagai kekuatan dalam diri orang yang mempengaruhi arah, intensitas dan ketekunan perilaku sukarela seseorang untuk melakukan pekerjaan (Uno Hamzah dalam Wibowo, 2014, p.122).	Motivasi kerja merupakan tujuan seseorang dalam melaksanakan pekerjaan berdasarkan mengenai kekuatan, arah, ketentuan dan ketekunan perilaku sukarela seseorang untuk melakukan pekerjaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan Fisiologis 2. Kebutuhan Rasa Aman 3. Kebutuhan Sosial 4. Kebutuhan Harga Diri 5. Kebutuhan Aktualisasi Diri 	Likert

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016, p. 121) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan sesuatu instrumen. Sesuatu aturan yang sah atau valid mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuesioner yang langsung diberikan kepada mahasiswa IIB Darmajaya Bandar Lampung. Dalam uji ini sampel yang dipakai mahasiswa. Uji validitas dalam penelitian ini, menggunakan *product moment*. Dalam pengujian validitas, instrumen diuji berdasarkan penghitungan koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf yang signifikansi 95% atau α sebesar 0,05.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antar motivasi kerja
- N = Jumlah sampel
- X = Skor motivasi kerja
- Y = Skor generasi z

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Bila $r_{hitung} > r_{table}$ maka instrumen valid.
Bila $r_{hitung} < r_{table}$ maka instrumen tidak valid.
2. Bila probabilitas (sig) $< \alpha$ maka instrumen valid.
Bila probabilitas (sig) $> \alpha$ maka instrumen tidak valid.

3. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21*).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016, p. 130) Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana mengukur data memberikan hasil relatif konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama, fungsi dari uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesioner (angket) tersebut. Hasil penelitian yang menunjukkan reliabel bila adanya kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sesuai dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas melalui satu tahap yang diuji pada 83 responden. Penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 20.0 (*Statistical Program and Service Solution*). Uji reliabilitas menggunakan rumus *alphac ronbach* yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reabilitas instrument

$\sum \sigma_i$ = Jumlah varian skor tiap item

k = Banyaknya soal

σ_t^2 = Varians total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks kolerasi :

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2011)

3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Sugiyono (2016, p. 147) yang dimaksud analisis data adalah Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Menurut Sugiyono (2016, p. 147) analisis deskriptif adalah Mengalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Pendekatan yang dapat digunakan dalam melakukan analisis deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, perhitungan modus, median, mean, standar deviasi, perhitungan presentase, serta perhitungan rumus panjang kelas untuk menentukan interval kriteria (Sugiyono, 2016, p. 207). Pada penelitian ini penyajian data menggunakan grafik dan analisis datanya menggunakan distribusi frekuensi. Rumus Analisis Data berdasarkan distribusi frekuensi:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Terbesar} - \text{Nilai Terkecil}}{\text{jumlah kelas}}$$

Tabel 3.4

Kriteria Analisis Deskriptif Persentase

Persentase	Kriteria
81%-100%	Sangat Tinggi
61%-80%	Tinggi
41%-60%	Cukup
21%-40%	Rendah
0%-20%	Sangat Rendah

Sumber: Ridwan, 2008

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi adalah deskripsi data yang merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang telah ditetapkan dalam pengujian dengan metode statistik deskriptif. Dalam deskripsi data ini, penulis mencoba untuk menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain usia, jenis kelamin dan pendidikan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Objektif

Dalam penelitian ini, objek penelitian atau responden dapat dilihat dari karakteristik antara lain jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Objek penelitian berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	41	49,4
2	Perempuan	42	50,6
Total		83	100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.1 responden dengan jenis kelamin laki-laki memiliki frekuensi sebanyak 41 orang atau 49,4%, dan jenis kelamin perempuan memiliki frekuensi sebanyak 42 orang atau 50,6 %. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan tingkat motivasi bekerja yang didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin perempuan atau 50,6% dari

total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 83 orang dengan total persentase sebesar 100 %.

Karakteritik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
1	SMA	83	100
	Total	83	100

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat pendidikan terakhir sebanyak 83 atau 100% responden pendidikan SMA. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan tingkat motivasi bekerja yang didominasi oleh mahasiswa berpendidikan SMA atau 100% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 83 orang dengan total persentase sebesar 100%.

Karakteritik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia (tahun)	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	21	27	32,5
2	22	25	30,1
3	23	16	19,3
4	24	15	18,1
	Total	83	100

Sumber: Data diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel 4.3 responden dengan usia 21 tahun memiliki frekuensi sebanyak 27 orang atau 32,5%, usia 22 tahun memiliki

frekuensi sebanyak 25 orang atau 30,1%, usia 23 tahun memiliki frekuensi sebanyak 16 orang atau 19,3% dan usia 24 tahun memiliki frekuensi 15 orang atau 18,1%. Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan motivasi bekerja mahasiswa yang didominasi oleh usia 21 tahun atau 32,5% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 83 orang dengan total persentase sebesar 100 %.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban tentang variabel Motivasi Kerja yang di sebarakan kepada 83 responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Motivasi Kerja

No	Pernyataan	Jawaban									
		S	%	S	%	K	%	T	%	ST	%
1	Saya tertarik dengan perusahaan yang memberikan gaji sesuai dengan UMR	53	63,9	27	32,5	3	3,6	0	0	0	0
2	Saya lebih memilih perusahaan yang menawarkan tunjangan kesehatan	51	61,4	30	36,1	2	2,4	0	0	0	0
3	Keselamatan kerja yang di tawarkkan perusahaan akan membuat saya lebih aman melakukan pekerjaan	39	47	32	38,6	10	12	2	2,4	0	0
4	Saya lebih suka perusahaan yang keamanannya terjamin	40	48,2	39	47	3	3,6	0	0	1	1,2
5	Perusahaan yang menawarkan hubungan	47	56,6	38	45,8	3	3,6	0	0	0	0

kerja yang
 baik antar
 karyawan
 akan
 memberikan
 saya daya
 tarik
 tersendiri

Saya suka dengan
 perusahaan
 yang
 melibatkan
 semua
 karyawannya
 dalam suatu
 kegiatan
 tanpa
 memilih-
 milih

6	32	38,6	4	50,	7	8,	2	2,	0	0
---	----	------	---	-----	---	----	---	----	---	---

Perusahaan yang
 dapat
 menghargai
 setiap hasil
 yang di
 ciptakan akan
 menjadi
 perusahaan
 yang saya
 inginkan

7	36	43,4	3	45,	8	9,	1	1,	0	0
---	----	------	---	-----	---	----	---	----	---	---

Saya tertarik
 dengan
 perusahaan
 yang
 memiliki
 pemimpin

8	40	48,2	4	48,	2	2,	0	0	1	1,
---	----	------	---	-----	---	----	---	---	---	----

9	yang dapat menghormati bawahannya										
	Saya ingin bekerja pada perusahaan yang mau memberikan pelatihan pengembangan diri karyawannya	57	68,7	2	25,3	3	3,6	1	1,2	1	1,2
10	Saya menyukai perusahaan yang tidak membatasi kemampuan karyawannya	48	57,8	2	33,7	5	6,2	2	2,4	0	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2019.

Berdasarkan pada tabel 4.4, hasil jawaban responden variabel Motivasi Kerja dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak di respon Sangat Setuju oleh responden adalah “Saya ingin bekerja pada perusahaan yang mau memberikan pelatihan pengembangan diri karyawannya”, yaitu sebanyak 68,7% Sangat Setuju dan 25,3 menyatakan Setuju. Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden adalah “Saya suka dengan perusahaan yang melibatkan semua karyawannya dalam suatu kegiatan tanpa memilih-milih”, yaitu sebanyak 38,6% sangat setuju.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan oleh penelitian yang terhadap 83 responden mendapatkan hasil sebagai berikut :

1. Apabila $\text{sig} \leq \alpha (0,05)$, maka kuisioner dinyatakan valid, sebaliknya jika $\text{sig} > \alpha (0,05)$, maka kuisioner dinyatakan tidak valid.
2. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka kuisioner dinyatakan valid, sebaliknya jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka kuisioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.65
Hasil Uji Validitas Motivasi Kerja

Item Pernyataan	S	Al	r hitung	r tabel	Kriteria Uji	Simpulan	
Pernyataan 1	0	0.0	0.21	0.3	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid
Pernyataan 2	0	0.0	0.45	0.2	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid
Pernyataan 3	0	0.0	0.50	0.9	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid

Pernyataan 4	0	0.0	0.26	0.	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid
Pernyataan 5	0	0.0	0.53	0.	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid
Pernyataan 6	0	0.0	0.58	0.	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid
Pernyataan 7	0	0.0	0.56	0.	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid
Pernyataan 8	0	0.0	0.62	0.	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid
Pernyataan 9	0	0.0	0.48	0.	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid
Pernyataan 10	0	0.0	0.35	0.	Sig < Alpha	r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2019.

Berdasarkan pada tabel 4.5 hasil uji validitas variabel Motivasi Kerja dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan faktor komunikasi, hasil yang didapatkan yaitu keseluruhan nilai signifikansi lebih kecil dari alpha (0,05), dan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.181), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0.622 dan paling rendah 0.213. Dengan demikian seluruh item pernyataan kepemimpinan dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan kepada 83 orang responden dengan hasil sebagai berikut sesuai dengan kriteria pengujian :

Tabel 4.6
Koefisien Product Moment

Koefisien r	Reliabilitas
0.8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0.6000 – 0.7999	Tinggi
0.4000 – 0.5999	Cukup/Sedang
0.2000 – 0.3999	Rendah
0.0000 – 0.1999	Sangat Rendah

Sumber : sugiyono (2016. p, 184)

Untuk dapat melihat hasil uji reliabilitas Motivasi Kerja dengan menggunakan SPSS 20,0 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	N of Items
----------	------------------------	------------

Motivasi Kerja	0,787	10
----------------	-------	----

Sumber : Hasil data diolah tahun 2019.

Berdasarkan pada tabel 4.7 hasil uji reliabilitas pada variabel Motivasi Kerja sebesar 0,787 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Motivasi Kerja yang memiliki syarat realibilitas instrument nilai tinggi.

4.3 Metode Analisis Data

Metode analisi data menggunakan interval kelas ini dilakukan untuk mengetahui batasan bawah dan batasan atas dari suatu kategori. Interval di tentukan sebagai berikut :

$$Interval\ kelas = \frac{nilai\ terbesar - nilai\ terkecil}{jumlah\ kelas}$$

$$Interval\ kelas = \frac{83 - 1}{5}$$

$$Interval\ kelas = 18,4$$

Tabel 4.8
Frekuensi Interval Kelas

No	Pernyataan	Frekuensi Interval Kelas				
		73-91,4	54,5-72,9	36-54,4	17,5-35,9	1-17,4
1	Saya tertarik dengan perusahaan yang memberikan gaji sesuai dengan UMR	53	27	3	0	0
2	Saya lebih memilih perusahaan yang menawarkan tunjangan kesehatan	51	30	2	0	0
3	Keselamatan kerja yang di tawarkkan perusahaan akan membuat saya lebih aman melakukan pekerjaan	39	32	10	2	0

4	Saya lebih suka perusahaan yang keamanannya terjamin	40	39	3	0	1
5	Perusahaan yang menawarkan hubungan kerja yang baik antar karyawan akan memberikan saya daya tarik tersendiri	47	33	3	0	0
6	Saya suka dengan perusahaan yang melibatkan semua karyawanya dalam suatu kegiatan tanpa memilih-milih	32	42	7	2	0
7	Perusahaan yang dapat menghargai setiap hasil yang di ciptakan akan menjadi perusahaan yang saya inginkan	36	38	8	1	0
8	Saya tertarik dengan perusahaan yang memiliki	40	40	2	0	1

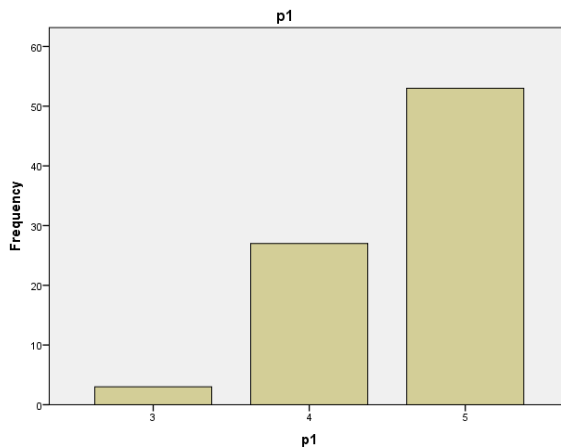
	pemimpin yang dapat menghormati bawahnya					
9	Saya ingin bekerja pada perusahaan yang mau memberikan pelatihan pengembangan diri karyawannya	57	21	3	1	1
10	Saya menyukai perusahaan yang tidak membatasi kemampuan karyawannya	48	28	5	2	0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2019.

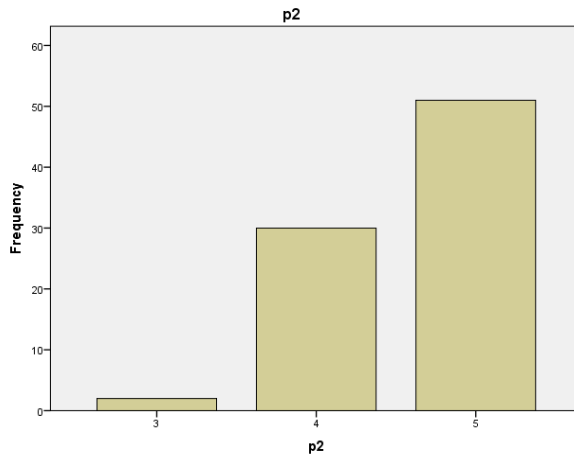
4.3 Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan aktualisasi diri menjadi prediktor utama dari Motivasi Kerja Generasi Z dikarekan generasi Z menginginkannya kebebasan yang tidak ingin dibatasi dalam melakukan hal-hal yang sekiranya mereka mampu melakukannya. Selain itu kebutuhan fisiologis menjadi prediksi selanjutnya karena dianggap dapat meningkatkan semangat dan dapat memenuhi kebutuhan sandang pangan dan papan yang Generasi Z butuhkan, prediktor yang selanjutnya adalah kebutuhan sosial atas yang mereka miliki dalam melaksakan tugasnya tetap saja Generasi Z membutuhkan lingkungan yang dapat mendorong mereka untuk lebih baik lagi,

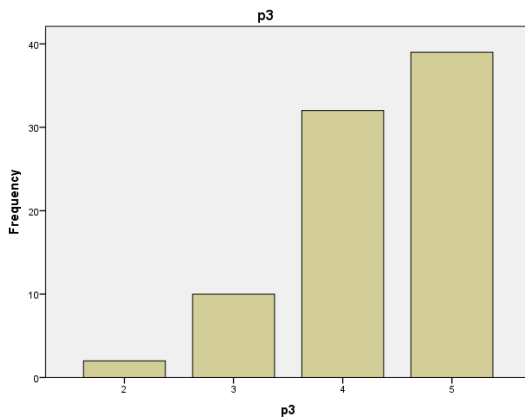
untuk prediktor yang terakhir Generasi Z beranggapan bahwa kebutuhan harga diri menjadi prediktor terakhir di karenakan Generasi Z mereka membutuhkan pengakuan yang kaut. Hasil analisis deskriptif membuktikan bahwa secara parsial terlihat bahwa aktualisasi diri, kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan harga diri yang menjadi Motivasi Kerja tertinggi pada Generasi Z. Motivasi Kerja yang baik dapat memberikan dorongan dengan baik terhadap Generasi Z untuk bekerja. Hal tersebut dapat di buktikan dengan grafik berikut :



Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Saya tertarik dengan perusahaan yang memberikan gaji sesuai dengan UMR” sebanyak 53 responden atau 63.9% Generasi Z memilih sangat setuju, 27 responden atau 32.5% memilih setuju dan sisanya sebanyak 3 responden atau 3.6% memilih kurang setuju karena mereka beranggapan pencapaian tidak dapat di ukur hanya dengan uang.

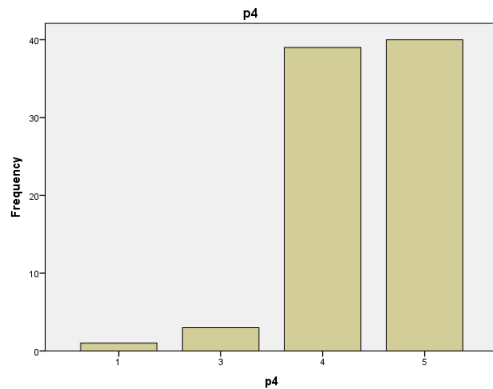


Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Saya lebih memilih perusahaan yang menawarkan tunjangan kesehatan” sebanyak 51 responden atau 61.4% Generasi Z memilih sangat setuju, 30 responden atau 36.1% memilih setuju dan sisanya sebanyak 2 responden atau 2.4% memilih kurang setuju, hal ini dapat di simpulkan bahwa memang Generasi Z lebih ingin mereka memiliki tunjangan yang dapat memberikan mereka jaminan dalam diri mereka

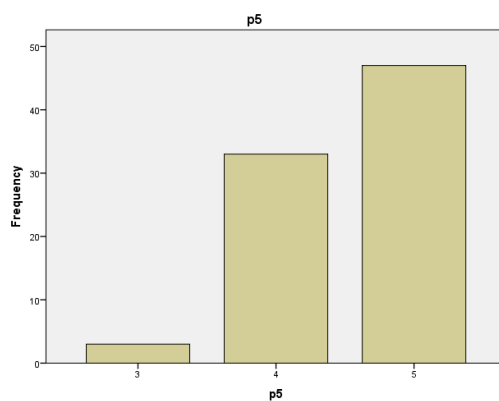


Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Keselamatan kerja yang di tawarkan perusahaan akan membuat saya lebih aman melakukan pekerjaan” sebanyak 39 responden atau 47% Generasi Z memilih sangat setuju, 32 responden atau 38.6% memilih setuju, 10 responden atau 12% memilih kurang setuju dan 2 responden atau 2.4% memilih tidak setuju,

berdasarkan responden yang memilih tidak setuju mereka beranggapan bahwa mereka tidak tertarik dalam perusahaan yang hanya menawarkan keselamatan kerja dapat menjamin Generasi Z akan aman dalam bekerja.

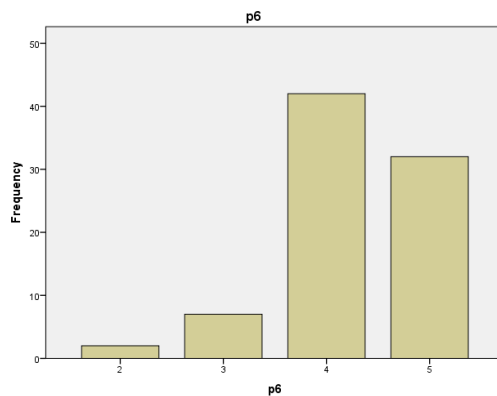


Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Saya lebih suka perusahaan yang keamanannya terjamin” sebanyak 40 responden atau 48.2% Generasi Z memilih sangat setuju, 39 responden atau 47% memilih setuju, 3 responden atau 3.6% memilih kurang setuju dan sisanya sebanyak 1 responden atau 1.2% memilih sangat tidak setuju.

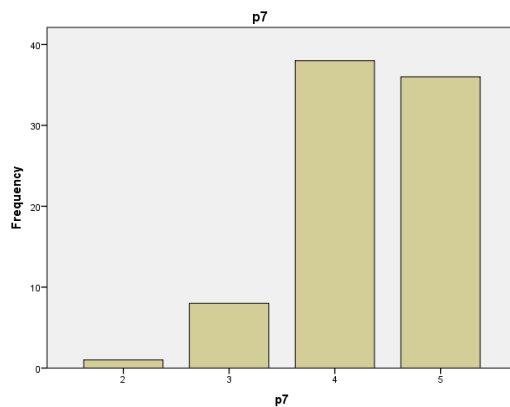


Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Perusahaan yang menawarkan hubungan kerja yang baik antar karyawan akan memberikan saya daya tarik tersendiri” sebanyak 47 responden atau 56.6% Generasi Z memilih sangat setuju, 33 responden atau 39.8% memilih setuju dan sisanya sebanyak 3 responden atau 3.6% memilih kurang setuju, hubungan kerja yang

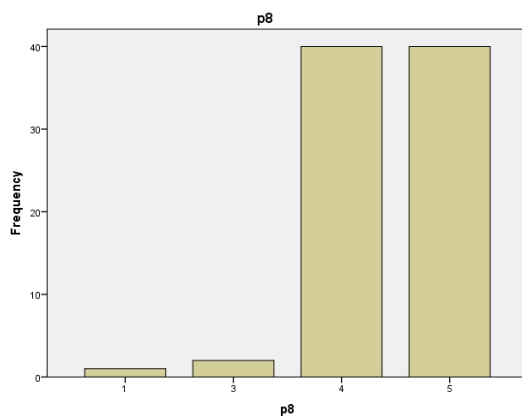
baik akan memberikan kenyamanan tersendiri bagi Generasi Z sehingga mereka banyak menyetujui akan pernyataan tersebut.



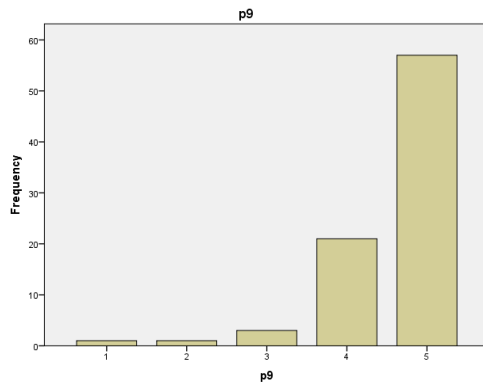
Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Saya suka dengan perusahaan yang melibatkan semua karyawanya dalam suatu kegiatan tanpa memilih-milih” sebanyak 32 responden atau 38.6% Generasi Z memilih sangat setuju, 42 responden atau 50.6% memilih setuju , 7 responden atau 8.4% memilih kurang setuju dan sisanya sebanyak 2 responden atau 2.4% memilih tidak setuju, mereka beranggapan bahwa perusahaan harus melibatkan karyawan dengan melihat kemampuan masing-masing individu.



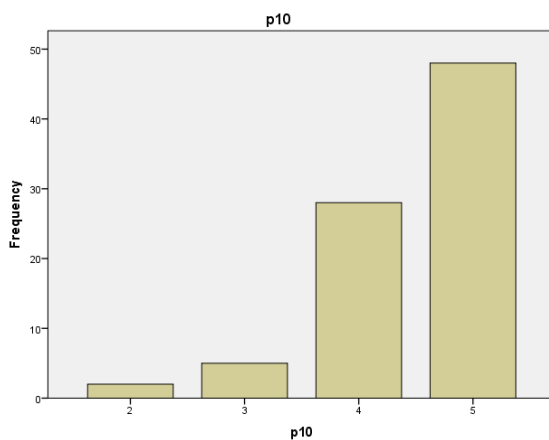
Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Perusahaan yang dapat menghargai setiap hasil yang di ciptakan akan menjadi perusahaan yang saya inginkan” sebanyak 36 responden atau 43.4% Generasi Z memilih sangat setuju, 38 responden atau 45.8% memilih setuju , 8 responden atau 9.6% memilih kurang setuju dan sisanya sebanyak 1 responden atau 1.2% memilih tidak setuju.



Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Saya tertarik dengan perusahaan yang memiliki pemimpin yang dapat menghormati bawahanya” sebanyak 40 responden atau 48.2% Generasi Z memilih sangat setuju, 40 responden atau 48.2% memilih setuju , 2 responden atau 2.4% memilih kurang setuju dan sisanya sebanyak 1 responden atau 1.2% memilih sangat tidak setuju, Generasi Z beranggapan mereka membutuhkan penghargaan yang membuat mereka lebih di hargai.



Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Saya ingin bekerja pada perusahaan yang mau memberikan pelatihan pengembangan diri karyawanya” sebanyak 57 responden atau 68.7% Generasi Z memilih sangat setuju, 21 responden atau 25.3% memilih setuju, 2 responden atau 2.4% memilih kurang setuju, 1 responden atau 1.2% memilih tidak setuju dan sisanya sebanyak 1 responden atau 1.2% memilih sangat tidak setuju, dapat hita lihat dalam diagram tersebut menunjukkan responden tertinggi adalah sangat setuju da masih ada yang sangat tdak setuju dengan pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Generasi Z memerlukan pelatihan agar mereka dapat lebih baik lagi dan memang generasi ini memerlukan banyak perhatian khusus yang membuat mereka dapat menyerahkan kemampuannya untuk perusahaan.



Berdasarkan dari diagram tersebut diperoleh hasil dari pernyataan “Saya menyukai perusahaan yang tidak membatasi kemampuan karyawanya” sebanyak 48 responden atau 57.8% Generasi Z memilih sangat setuju, 28 responden atau 33.7% memilih setuju, 5 responden atau 6% memilih kurang setuju dan sisanya sebanyak 2 responden atau 2.4% memilih tidak setuju dalam hal ini Generasi Z memang sangat tidak suka dengan kehidupan mereka yang dibatasi oleh apapun termasuk dalam bekerja.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari hasil data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Kebutuhan aktualisasi diri menjadi prediktor tertinggi Motivasi Kerja terhadap Generasi Z Pada IIB Darmajaya.
2. Adanya kebebasan dalam melakukan pekerjaan tanpa adanya tekanan dan batasan dalam bekerja membuat Generasi Z tertarik untuk bekerja dalam suatu perusahaan

5.2 Saran

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran-saran yang dapat diberikan oleh penelitian ini adalah :

1. Diharapkan perusahaan dapat memberikan sarana prasarana yang sesuai dengan diinginkan untuk mendukung setiap pekerjaan yang di lakukan oleh Generasi Z .
2. Sebaiknya dalam pelayanan perusahaan yang bersedia mempekerjakan Generasi Z dapat memberikan dorongan atas apa yang sudah di kerjakan oleh Generasi Z dalam pencapaian.
3. Sebagai perusahaan yang mulai dimasuki oleh para Generasi Z perusahaan harus memahami kebutuhan yang diinginkan Generasi Z untuk dapat mengembangkan kemampuan yang mereka miliki dan melakukan pendampingan agar mereka memiliki rasa tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan yang telah di berikan

DAFTAR PUSTAKA

Diyanti Dkk. 2017. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Iklim Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dan Implikasinya Terhadap Kinerja Tenaga Kependidikan Institut Pertanian Bogor. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 3 No. 3.

Elizabeth T. Santosa. 2015. Raising Children in Digital Era. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Ernanto, Lukman. M.Baga Lukman. Susanti Euis. 2015. Pengaruh Penerapan Budaya Perusahaan Terhadap Motivasi Kerja dan Kinerja Karyawan di PT. Rekayasa Industri. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM) Vol. 1 No. 1.

Fredy, Jhon Bobby Saragih. 2012. Fenomena Bermain Generasi Z Dan Hubungannya Dengan Eksistensi Ruang Bermain Terbuka Di Lingkungan Perumahan Sederhana. Jakarta

Hellen Chou Pratama. 2012. Cyber Smart Parenting. Bandung: PT. Visi Anugerah Indonesia.

Hidayat, Muhammad. Sutrisno. Fikry, Muhammad, Hadi. 2017. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Perempuan Antar Kabupaten Provinsi Riau. Riau

Kusumah, Priatna. Dematria Pringgabayu. 2018. Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Budaya Perusahaan Terhadap Kinerja Karyawan Politeknik Swasta Di Bandung. Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis. Bandung

Malayu, S.P Hasibuan. 2005. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara

Nasmah dkk. 2014. Pengaruh Motivasi Kerja Dan Keadilan Organisasi Terhadap Organizational Citizenship Behavior (OCB). Medan

Robbins, Stephen P dan Timothy A Judge. 2015. Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.

Sondang P. Siagian, 1995, Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta, PT. Elek Media Kompetindo.

Stillman,david. Jonah stillman. 2018. Generasi Z. Jakarta: Gramedia

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Afabeta

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta

Tolbiza, Anick. 2008. Generational Differences In The Workplac. University Of Minnesota

Wibowo. 2014. Manajemen Kinerja. Edisi Keempat. Jakarta: Rajawali Pers.

Wibowo. 2014. Perilaku Dalam Organisasi. Edisi 1-2. Jakarta: Rajawali Pers.

LAMPIRAN



INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA LAMPUN

Jl. zainal Abidin Pagar Alam No. 93 Bandar Lampung

Telp. (0721) 787214 fax. (0721) 700261

KUESIONER PENELITIAN

PREDIKTOR MOTIVASI KERJA GENERASI Z PADA MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA LAMPUNG

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka penyelesaian studi pada jurusan manajemen, fakultas Ekonomi dan Bisnis, IBI Darmajaya. Kuesioner ini merupakan salah satu instrumen penelitian yang dilakukan oleh :

Peneliti : Aries Apriyanti
NPM : 1512110440
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi IBI DARMAJAYA
Email : ariesapriyantii@gmail.com
Pebimbing : Betty Magdalena, S.Pd.,M.M

Saya sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini dan menjamin kerahasiaan anda. Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak membutuhkan dalam rangka pengelolaan sumber daya manusia. Atas kerjasama dan bantuan Anda, saya ucapkan terimakasih.

Daftar pribadi responden

Nama : (boleh tidak diisi)
Tahun Lahir :
Jenis Kelamin :
Pendidikan :

PETUNJUK PENGISIAN :

Pengisian daftar pertanyaan. Pertanyaan ini dilakukan dengan jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu terhadap survey “**PREDIKTOR MOTIVASI KERJA GENERASI Z PADA MAHASISWA INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA LAMPUNG**”

Berikan tanda (√) pada kolom penelitian yang sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- KS = Kurang Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

Motivasi Kerja

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya tertarik dengan perusahaan yang memberikan gaji sesuai dengan UMR					
2	Saya lebih memilih perusahaan yang menawarkan tunjangan kesehatan					
3	Keselamatan kerja yang di tawarkan perusahaan akan membuat saya lebih aman melakukan pekerjaan					
4	Saya lebih suka perusahaan yang keamanannya terjamin					
5	Perusahaan yang menawarkan hubungan kerja yang baik antar karyawan akan memberikan saya daya tarik tersendiri					
6	Saya suka dengan perusahaan yang melibatkan semua karyawannya dalam suatu kegiatan tanpa memilih-milih					
7	Perusahaan yang dapat menghargai setiap hasil yang di ciptakan akan menjadi perusahaan yang saya inginkan					

8	Saya tertarik dengan perusahaan yang memiliki pemimpin yang dapat menghormati bawahanya					
9	Saya ingin bekerja pada perusahaan yang mau memberikan pelatihan pengembangan diri karyawanya					
10	Saya menyukai perusahaan yang tidak membatasi kemampuan karyawanya					

LAMPIRAN 2
Karakteristik Responden

Tabel 2.1

Statistics

	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	
N	Valid	83	83	
	Missing	0	0	
	Mean	1.49	2.23	1.00
	Median	1.00	2.00	1.00
	Mode	1	1	1
	Sum	124	185	83

Frequency Table

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	42	50.6	50.6
	Laki-laki	41	49.4	100.0
	Total	83	100.0	100.0

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
21	27	32.5	32.5	32.5
22	25	30.1	30.1	62.7
Valid 23	16	19.3	19.3	81.9
24	15	18.1	18.1	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	83	100.0	100.0	100.0

LAMPIRAN 3

Validitas Dan Reabilitas

Tabel 3.1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	83	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	39.88	14.180	.213	.793
p2	39.89	13.317	.452	.770
p3	40.18	12.052	.509	.762
p4	40.07	13.629	.260	.792
p5	39.95	12.900	.531	.761
p6	40.23	12.008	.583	.751
p7	40.17	12.166	.565	.754
p8	40.06	12.082	.622	.747
p9	39.89	12.342	.489	.764
p10	40.01	13.012	.359	.781

LAMPIRAN 4

Deskripsi

Tabel 4.1

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
p1	83	2	3	5	4.60	.562
p2	83	2	3	5	4.59	.542
p3	83	3	2	5	4.30	.777
p4	83	4	1	5	4.41	.681
p5	83	2	3	5	4.53	.570
p6	83	3	2	5	4.25	.713
p7	83	3	2	5	4.31	.697
p8	83	4	1	5	4.42	.665
p9	83	4	1	5	4.59	.733
p10	83	3	2	5	4.47	.721
Valid N (listwise)	83					

Statistics

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7
Valid	83	83	83	83	83	83	83
Missing	0	0	0	0	0	0	0

Statistics

		p8	p9	p10
N	Valid	83	83	83
	Missing	0	0	0

Frequency Table

p1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	3.6	3.6	3.6
Valid 4	27	32.5	32.5	36.1
Valid 5	53	63.9	63.9	100.0
Total	83	100.0	100.0	

p2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	2.4	2.4	2.4
Valid 4	30	36.1	36.1	38.6
Valid 5	51	61.4	61.4	100.0
Total	83	100.0	100.0	

p3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.4	2.4	2.4
3	10	12.0	12.0	14.5
Valid 4	32	38.6	38.6	53.0
5	39	47.0	47.0	100.0
Total	83	100.0	100.0	

p4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.2	1.2	1.2
3	3	3.6	3.6	4.8
Valid 4	39	47.0	47.0	51.8
5	40	48.2	48.2	100.0
Total	83	100.0	100.0	

p5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	3	3.6	3.6	3.6
4	33	39.8	39.8	43.4
5	47	56.6	56.6	100.0
Total	83	100.0	100.0	

p6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.4	2.4	2.4
3	7	8.4	8.4	10.8
4	42	50.6	50.6	61.4
5	32	38.6	38.6	100.0
Total	83	100.0	100.0	

p7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	2	1	1.2	1.2	1.2
	3	8	9.6	9.6	10.8
Valid	4	38	45.8	45.8	56.6
	5	36	43.4	43.4	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

p8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	1	1.2	1.2	1.2
	3	2	2.4	2.4	3.6
Valid	4	40	48.2	48.2	51.8
	5	40	48.2	48.2	100.0
	Total	83	100.0	100.0	

p9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.2	1.2	1.2

2	1	1.2	1.2	2.4
3	3	3.6	3.6	6.0
4	21	25.3	25.3	31.3
5	57	68.7	68.7	100.0
Total	83	100.0	100.0	

p10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.4	2.4	2.4
3	5	6.0	6.0	8.4
Valid 4	28	33.7	33.7	42.2
5	48	57.8	57.8	100.0
Total	83	100.0	100.0	

Lampiran 5

r-Tabel

Tabel 5.1

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527

83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211