# ANALISIS FAKTOR ANTAR PRIBADI, PENGENDALIAN INFORMASI DAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN TERHADAP SEMANGAT DAN KEGAIRAHAN KERJA KARYAWAN PEMASARAN PT. INDONESIA PARTNER SOLUTION (IPS)

Muhardin (201411010011)
Program Studi Magister Manajemen
muhardin@gmail.com

***ABSTRACT***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor antar pribadi, pengendali informasidan pengambilan keputusan berpengaruh terhadap semangat dan kegairahan kerja karyawan pemasaran. Penelitian ini dilakukan pada PT. Indonesia Partner Solution (IPS). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan bagian pemasaran PT. IPS dengan mengambil 10 sampel dari 60 tenaga pemasaran yang ada.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif / statistik dengan rumusan regresi linier berganda, dengan bantuan program SPSS versi 11 dengan variabel dependen yaitu semangat dan kegairahan kerja karyawan pemasaran, sedangkan variabel bebas meliputi hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan, dan pengendali informasi.

Dengan hasil perhitungan regresi linier berganda, dengan $F_{tes}$ = 33,830 atau dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi secara bersama-sama terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling PT. IPS.

Dari ketiga variabel independen hubungan antar pribadi (X1), pengambilan keputusan (X2) dan pengendali informasi (X3), manakah yang memiliki pengaruh dominant terhadap semangat dan kegairahan regresi linier berganda, untuk nilai beta dari masing-masing variabel independent diketahui bahwa hubungan antar pribadi (X1) memiliki pengaruh yang paling dominan karena nilai beta dari variabel tersebut = 0,619 lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel independent yang lainnya.

**Kata Kunci: Hubungan antar pribadi, Pengambilan keputusan, Pengendali informasi, dan Semangat dan Kegairahan kerja karyawan pemasaran**

## 1. PENDAHULUAN

Kondisi yang kondusif perusahaan akan membangun motivasi para karyawan bagian penjualan untuk meraih omset penjualan setinggi mungkin. Kondisi yang kondusif dan dinilai cukup dominan dibentuk oleh bagaimana seorang pemimpin mampu memberikan motivasi yang membangun kepada karyawan pemasarannya, dalam berbagai aspek kegiatan perusahaan yang diharapkan dapat terlihat sebagai pola manajemen yang positif dengan pola kepemimpinan yang efektif, dengan faktor-faktor pertimbangan sebagai berikut :

1. Hubungan antar pribadi
   Iklim organisasi akan menjadi kondusif, jika seorang pemimpin mampu menciptakan hubungan antar personil yang positif, baik antar pimpinan dengan bawahan, maupun antar bawahan dengan bawahan.
2. Pengendali Informasi
   Seorang pemimpin harus mampu membentuk kondisi yang sedemikian rupa sehingga, semua arus informasi baik dari dalam maupun luar secara cepat dapat segera diterima dan selanjutnya diinformasikan kepada para karyawannya, sehingga dapat dibuat berbagai evaluasi.
3. Pengambilan Keputusan
   Seorang pemimpin harus berani dalam membuat keputusan, tentunya melalui suatu proses pertimbangan yang matang, sehingga keputusan yang diambil memiliki muatan kualitas yang tinggi, sehingga memberikan hasil yang akurat.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1. Hubungan antar pribadi

Iklim organisasi akan menjadi kondusif, jika seorang pemimpin mampu menciptakan hubungan antar personil yang positif, baik antar pimpinan dengan bawahan, maupun antar bawahan dengan bawahan. Hal ini merupakan pola komunikasi dua arah yang dibentuk oleh seorang pimpinan baik komunikasi antar karyawan, maupun antar karyawan dengan pimpinan baik komunikasi formal maupun informal.

Hubungan antar pribadi, diukur dari beberapa indicator yang terdiri dari :

a. Sikap pimpinan terhadap bawahannya
b. Komunikasi antara karyawan
c. Kepedulian pimpinan terhadap bawahan

**2.2. Pengendali Informasi**

Seorang pemimpin harus mampu membentuk kondisi yang sedemikian rupa sehingga, semua arus informasi baik dari dalam maupun luar secara cepat dapat segera diterima dan selanjutnya diinformasikan kepada para karyawannya, sehingga dapat dibuat berbagai evaluasi.

Hal ini merupakan kemampuan pimpinan dalam memberikan informasi secara efektif kepada karyawan, dengan pola akurat dan memisahkan antara informasi yang pantas disampaikan dan sebaliknya.

Pengukuran terhadap variabel di atas, menggunakan indicator :

a. Teknik menyampaikan informasi
b. Kecepatan menyampaikan informasi
c. Keterbukaan menyampaikan informasi

**2.3. Pengambilan Keputusan**

Seorang pemimpin harus berani dalam membuat keputusan, tentunya melalui suatu proses pertimbangan yang matang, sehingga keputusan yang diambil memiliki muatan kualitas yang tinggi, sehingga memberikan hasil yang akurat. Hal ini merupakan suatu sikap pimpinan dalam membuat keputusan terhadap semua aktifitas perusahaan. Variabel ini, diukur melalui penilaian beberapa indicator sebagai berikut:

a. Ketepatan membuat keputusan
b. Kecepatan dalam membuat keputusan
c. Obyektifitas dalam membuat keputusan

**2.4. Semangat Kerja**

Dalam hal ini (Hadari, 1990 : 154 – 154) menambahkan bahwa :

Semangat kerja akan menyentuh aspek kemauan, kehendak, pikiran dan sikap dalam melaksanakan pekerjaan semangat kerja yang tinggi atau positif merupakan faktor yang berpengaruh pada sikap berupa kesediaan mewujudkan cara atau methode kerja yang berdaya guna dan berhasil guna dalam meningkatkan produktifitas kerja.

Semangat kerja yang tinggi ditandai dengan kegairahan para karyawan dalam menjalankan tugas atau pekerjaannya, demikian pula sebaliknya semangat kerja yang rendah akan diikuti oleh ketidak gairahan karyawan untuk melaksanakan tugas atau pekerjaannya.

Pihak pimpinan ternyata berperan dalam mempengaruhi semangat kerja karyawan sebagaimana pendapat dari (Zainan, 1984;91) yang menyebutkan terhadap semangat kerja antara lain motivasi komunikasi, partisipasi lingkungan kerja, kepuasan kerja dan kepemimpinan.

Dari penjelasan di atas, (Kerlinger, 1987:158-159) akhirnya menegaskan bahwa faktor-faktor untuk mengukur semangat kerja adalah :

1. Absensi
   Absensi menurut (Gorden E. Watkins, 1950;375) menunjukkan ketidakhadiran pekerja dalam tugasnya. Hal ini termasuk waktu yang hilang karena sakit, kecelakaan dan pergi meninggalkan pekerjaan disebabkan alasan-alasan pribadi baik di beri wewenang atau tidak, yang tidak diperhitungkan absensi adalah diberhentikan sementara, tidak ada pekerjaan, cuti yang sah, periode libur dan pemberhentian kerja.
2. Kerjasama
   Kerjasama merupakan tindakan kolektif seorang dengan orang lain, di dalam perusahaan, kerjasama sangat penting artinya dalam usaha untuk mencapai tujuan organisasi. Apabila karyawan terus berusaha saling meningkatkan kerjasamanya dalam bekerja ini mengidentifikasikan bahwa semangat kerja sedang meningkat.
3. Kepuasan
   Kepuasan disebut sebagai kesenangan karyawan individu maupun kolektif studi yang dilakukan oleh (Zatek Kerlinger, 1987;160) menunjukkan bahwa pekerja merupakan anggota kelompok yang diatur oleh peraturan keanggotaannya, dan akan menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi apabila pekerja tersebut taat terhadap peraturan keanggotaan dan menunjukkan kepuasan yang rendah apabila pemimpin tidak memperhatikan mereka.
4. Disiplin
   (Siswanto, 1987:278) mendefinisikan disiplin kerja sebagai suatu sikap menghormati, menghargai, patuh dan taat terhadap peraturan yang berlaku; baik yang tertulis maupun tidak serta sanggup menjalankan dan tidak mengelak untuk menerima sanksi-sanksi yang diberikan apabila karyawan tersebut melanggar tugas wewenang yang diberikan kepadanya.

## 3. METODE PENELITIAN

**3.1. Konsep dan Operasional**

Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini, adalah dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hubungan antar pribadi (X1)
2. Pengambilan keputusan (X2)
3. Pengendali Informasi (X3)
4. Semangat kerja karyawan pemasaran (Y)

Semua variabel independen dan dependen yang diteliti, diukur dengan menggunakan scoring/skala likhert, dengan pemberian skor :

| | |
|---|---|
| Sangat baik | Skor 4 |
| Baik | Skor 3 |
| Cukup baik | Skor 2 |
| Tidak baik | Skor 1 |

### 3.2. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan bagian pemasaran PT. Indonesia partner solution dengan mengambil 10 sampel dari 60 tenaga pemasaran yang ada.

### 3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif / statistik dengan rumusan regresi linier berganda, dengan bantuan program SPSS versi 11, dengan persamaan :

Y = a + bX1 + b2X2 + b3X3 + e

Keterangan :

Y = semangat dan kegairahan kerja karyawan pemasaran
a = Konstanta
X1= Hubungan antar pribadi
X2= Pengambilan keputusan
X3= Pengendali informasi
b = Koefisien regresi
n = Jumlah data

Sebelum dilakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji kuesioner dengan alat uji sebagai berikut :

**1. Uji Validitas**

Dimaksudkan untuk menguji apakah pertanyaan yang dikemukakan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel, sudah memenuhi standar ukur, dan apakah alat ukur yang dipakai digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dengan menggunakan korelasi produk moment dengan level of signifikansi sebesar 0,05.

**2. Uji Reliabilitas**

Untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam variabel penelitian melalui kuesioner ini akurat dan konsisten atau tidak, digunakan uji reliabilitas. Asumsi penggunaan uji reliabilitas ini, adalah sebagai berikut :

a. Taraf signifikan yang digunakan adalah 5%.
b. Jika alpha crombach lebih besar dari pada alpha yaitu 5% maka alat ukur yang digunakan adalah reliabel.
c. Jika alpha crombach lebih kecil daripada alpha yaitu sebesar 5%, maka alat ukur yang digunakan tidak reliabel.

**3. Uji Hipotesis**

**a. Uji F**

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat pementahan dilakukan uji F, dengan hipotesis sebagai berikut : 1)

Hipotesis yang diajukan

Ho= b1 = b2 = b3 = 0

Tidak ada pengaruh signifikan dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

H1= b1 ≠ b2 ≠ b3 ≠ 0

Ada pengaruh signifikan dari variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

2) Taraf keyakinan yang digunakan 95% atau alpha = 0,05.

**b. Uji t**

Setelah melakukan pengujian ada tidaknya pengaruh varaibel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, maka berikut ini akan dilakukan uji t untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat.

**4. Koefisien determinasi (R2)**

Untuk mengetahui proporsi variasi nilai variable dependen yang dijelaskan oleh variabel bebas, digunakan uji koefisien determinasi dengan menggunakan alva sebesar 5%.

5. Uji Multikolineritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolineritas antar variabel independen maka dilakukan dengan membandingkan koefisien determinasi untuk masing-masing nilai t-tes dari masing-masing variable independen. Kolineritas seringkali diduga juga R2 tinggi (antara 0,7 s/d 1).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Hubungan Antar Pribadi

Hubungan antar pribadi menurut hasil penelitian yang dilakukan diperoleh hasil.

**Tabel 4.1**
**Tanggapan Responden**
**Hubungan Pribadi**

| No | Pilihan Jawaban | Skor | Jumlah Jawaban | Prosen |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Sangat Lancar | 5 | 6 | 10 % |
| 2 | Lancar | 4 | 27 | 45 % |
| 3 | Cukup Lancar | 3 | 27 | 45 % |
| 4 | Tidak Lancar | 2 | - | - |
| 5 | Sangat Tidak Lancar | 1 | - | - |
| | Jumlah | | 60 | 100 % |

Sumber : Hasil Kuisioner Responden Tahun 2016

Dari tabel 4.1 dapat dijelaskan bahwa sebanyak 45% atau sebesar 27 responden yang ada, mengatakan bahwa hubungan antar pribadi karyawan bagian pemasaran atau personal salling, adalah cukup lancar, dan sebanyak 45% atau sebesar 27 responden mengatakan hubungan antar pribadi para karyawan khususnya tenaga personal selling lancar, sedangkan 6 responden lainnya atau sebanyak 10 % mengatakan bahwa hubungan antar pribadi sangat lancar.

### 4.2. Pengambilan Keputusan

Untuk mengetahui kualitas, kecepatan dan obyektifitas dalam membuat keputusan yang dilakukan oleh PT. Indonesia partner solution, yang dilakukan melalui sebaran kuisioner kepada para personel selling yang ada, diperoleh hasil yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.2**
**Tanggapan Responden**
**Pengambilan Keputusan**

| No | Pilihan Jawaban | Skor | Jumlah Jawaban | Prosen |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Sangat efektif | 5 | - | - |
| 2 | Efektif | 4 | 24 | 40 % |
| 3 | Cukup efektif | 3 | 36 | 60 % |
| 4 | Tidak efektif | 2 | - | - |
| 5 | Sangat tidak efektif | 1 | - | - |
| | Jumlah | | 60 | 100 % |

Sumber : Hasil Kuisioner Responden Tahun 2016

Dari tabel 4.2 dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan sebanyak lebih dari 50% atau sebesar 36 responden dari 60 responden ada, mengatakan bahwa pengambilan keputusan yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan khususnya karyawan bagian pemasaran atau personal selling, adalah cukup efektif, 24 responden dari 60 responden mengatakan pengambilan keputusan dterapkan perusahaan kepada para karyawan khususnya tenaga personal selling atau sebesar 40 % mengatakan efektif.

### 4.3. Pengendalian Informasi

Tanggapan responden mengenai pengendalian informasi yang diterapkan oleh perusahaan khususnya bagian pemasaran atau Personal Selling, melalui pengisian kuisioner yang disebarkan kepada 60 responden atau tenaga personal selling yang dimiliki PT. Indonesia partner solution, dapat dijelaskan dalam tabel 4.3 sebagai berikut :

| No | Pilihan Jawaban | Skor | Jumlah Jawaban | Prosen |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Sangat sesuai | 5 | - | - |
| 2 | Sesuai | 4 | 13 | 22 % |
| 3 | Cukup sesuai | 3 | 39 | 65 % |
| 4 | Tidak sesuai | 2 | 8 | 13 % |
| 5 | Sangat tidak sesuai | 1 | - | - |
| | Jumlah | | 60 | 100% |

**Tabel 4.3**
**Tanggapan Responden**
**Pengendalian Informasi**

Sumber : Hasil Kuisioner Responden Tahun 2016

Dari tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa keseluruhan sebanyak lebih dari 60 % atau sebesar 39 responden dari 60 responden yang ada dengan prosentase, mengatakan bahwa pengendalian informasi yang dilakukan oleh perusahaan kepada karyawan khususnya karyawan bagian pemasaran atau personal selling, adalah cukup sesuai, 13 responden dari 60 responden mengatakan pengendalian informasi yang diterapkan perusahaan kepada para karyawan khususnya tenaga personal selling atau sebesar 22 % mengatakan efektif, sedangkan 8 responden lainnya atau sebanyak 13 % mengatakan bahwa pengendalian informasi yang diterapkan perusahaan tidak efektif.

### 4.4. Semangat dan Kegairahan Kerja

Untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi semangat dan kegairahan kerja tenaga pemasaran atau personal selling dalam menjual produk yang dihasilkan perusahaan kepada konsumen, dilakukan sebaran kuisioner kepada responden sebanyak 60 responden, dengan jawaban atau tanggapan yang dapat dijelaskan pada tabel 4.4. sebagai berikut :

**Tabel 4.4**
**Tanggapan Tesponden**
**Tentang Semangat Dan Kegairahan Kerja**

| No | Pilihan Jawaban | Skor | Jum. Jawaban | Prosen |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Sangat mendukung | 5 | - | - |
| 2 | Mendukung | 4 | 20 | 33 % |
| 3 | Cukup mendukung | 3 | 40 | 67 % |
| 4 | Tidak mendukung | 2 | - | - |
| 5 | Sangat tidak mendukung | 1 | - | - |
| | Jumlah | | 60 | 100 % |

Sumber : Hasil Kuisioner Responden Tahun 2016

Dari tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan sebanyak lebih dari 60% atau sebesar 40 responden dari 60 responden yang ada, mengatakan bahwa semangat dan kegairahan kerja personal selling yang dilihat dari aspek tingkat kedisiplinan personal selling, motivasi kerja personal selling dan hasil kerja yang dicapai personal selling, adalah cukup mendukung 20 responden dari 60 responden mengatakan semangat dan kegairahan kerja karyawan yang diukur dari kedisiplinan, motivasi dan hasil kerja personal selling 33 % mengatakan mendukung, sedangkan jawaban lainnya tidak dipilih responden sebagai jawaban yang paling cocok.

### 4.5. Pembahasan

#### 4.5.1. Pengujian Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, adalah dapat dikemukakan sebagai berikut :

Diduga hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi, secara bersama-sama berpengaruh terhadap semangat dan kegairahan kerja tenaga pemasaran.

Diduga hubungan antar pribadi sebagai variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap semangat dan kegairahan kerja karyawan pemasaran.

#### 4.5.2. Uji Validitas

Dalam uji validitas ini digunakan teknik korelasi produk moment dari person dengan level of signifikan sebesar 5 %, untuk mengetahui apakah variabel bebas (x) memiliki hubungan dengan variabel tidak bebas (Y), dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Uji Validitas**

| No | Variabel | Item | Koefisien korelasi | Signifikan | Hasil |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Hubungan antar pribadi (X1) | X1.1 | 1.000 | 0.000 | Valid |
| 2. | Pengambilan keputusan (X2) | X2.1<br>X2.2 | 0.891<br>0.856 | 0.000<br>0.000 | Valid<br>Valid |
| 3 | Pengendalian informasi (X3) | X3.1<br>X3.2 | 0.807<br>0.845 | 0.000<br>0.000 | Valid<br>Valid |

Sumber : Print put SPSS

Dari tabel 5 diketahui bahwa seluruh item yang masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi yang tinggi yaitu > 0,50 dengan signifikan < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang dibahas adalah valid.

#### 4.5.3. Uji Reliabilitas

Untuk menguji konsistensi alat ukur yang telah digunakan apakah akurat, stabil atau konsisten, maka digunakan teknik Alpha Cronbach (α) dengan taraf signifikan 5 %, dimana dengan hasil Alpha Cronbach sebesar 0,8949 maka disimpulkan 0,5604 > 0,5, sehingga alat ukur kuesioner dalam instrumen ini adalah reliabel.

#### 4.5.4. Pengujian Hipotesis

Sampel penelitian untuk menilai faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan pegawai, adalah sebanyak 60 responden, dengan menggunakan bantuan program SPSS (terlampir), model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**
**Hasil Regresi Linier Berganda**

| Variabel | Koefisien regresi | Beta | T-tes | Signifikan |
|---|---|---|---|---|
| Konstanta | -0,702 | | | |
| X1 | 0,446 | 0,519 | 7,760 | 0,000 |
| X2 | 0,353 | 0,367 | 4,438 | 0,000 |
| X3 | 0,394 | 0,503 | 6,088 | 0,000 |
| R Square : 0,644 | | | | |
| F tes : 33,830 | | | | |
| Sig. : 0,0000 | | | | |

Sumber : Print Out SPSS

**1. Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, diperoleh hasil koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,644, yang mengandung arti bahwa semangat dan kegairahan kerja personal selling, 64,4% disumbangkan oleh hubungan antar pribadi pengambilan keputusan dan pengendalian informasi, sedangkan 35,6 % lainnya disumbangkan oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam persamaan ini.

**2. Uji simultan**

Untuk mengetahui pengaruh dari hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi secara bersama-sama terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling, dapat dijelaskan melalui hipotesis berikut ini :

Ho: $F_{tes} < F_{table}$ tidak terdapat pengaruh signifikan antara hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi, secara bersama-sama terhadap semangat dan kegairahan kerja pemasaran

Ha : $F_{tes} > F_{table}$ terdapat pengaruh signifikan antara hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi, secara bersama-sama terhadap semangat dan kegairahan kerja.

Dengan hasil perhitungan dan regresi linier berganda, dengan $F_{tes}$ : 33,830 atau dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari Alfa 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi, secara bersama-sama terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

**3. Uji Partial**

**Hubungan antar pribadi (X1)**

Untuk mengetahui pengaruh dari hubungan antar pribadi, secara sendiri-sendiri terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling, dapat dijelaskan melalui hipotesis berikut ini :

Ho: $T_{tes} < T_{tabel}$ tidak terdapat pengaruh signifikan dari hubungan antar pribadi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

Ha : $T_{tes} > T_{tabel}$ terdapat pengaruh signifikan dari hubungan antar pribadi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling. Dengan hasil perhitungan regresi linier berganda, dengan t tes : 7,760 atau dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari Alfa 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara sendiri-sendiri, terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan antar pribadi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

**Pengambilan Keputusan (X2)**

Untuk mengetahui pengaruh dari pengambilan keputusan terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling, dapat dijelaskan melalui hipotesis berikut ini :

Ho: $T_{tes} < T_{tabel}$ tidak terdapat pengaruh signifikan antara pengambilan keputusan terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

Ha : $T_{tes} > T_{tabel}$ terdapat pengaruh signifikan antara pengambilan keputusan terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

Demikian hasil perhitungan regresi linier berganda, dengan t tes : 4,438 atau dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari Alfa 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara sendiri-sendiri, terdapat pengaruh yang signifikan antara pengambilan keputusan terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

**Pengendalian Informasi (X3)**

Untuk mengetahui pengaruh dari pengendalian informasi terhadap semangat dan kegairahan kerja selling, dapat dijelaskan melalui hipotesis berikut ini :

Ho: $T_{tes} < T_{tabel}$ tidak terdapat pengaruh signifikan dari pengendalian informasi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

Ha : $T_{tes} > T_{tabel}$ terdapat pengaruh signifikan dari pengendalian informasi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

Dengan hasil perhitungan regresi linier berganda, dengan t tes : 6,088. atau dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari Alfa 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara sendiri-sendiri terdapat pengaruh yang signifikan antara

pengendalian informasi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

**4. Variabel Dominan**

Untuk mengetahui dari ketiga variabel independen yaitu hubungan antar pribadi (X1), pengambilan keputusan (X2) dan pengendalian informasi (X3) manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap semangat dan kegairahan kerja tenaga personal selling, yang mana dengan berpedoman pada hasil perhitungan regresi linier berganda untuk nilai BETA, yang berpengaruh paling dominan terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling, dapat disimpulkan melalui hasil uji Beta, sebagai berikut :

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, dengan memperhatikan Beta dari masing-masing variabel independent, diketahui bahwa hubungan antar pribadi (X1) memiliki pengaruh yang paling dominant, karena nilai Beta dari variabel tersebut : 0,619 lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel independen lainnya.

**5. Koefisien regresi masing-masing variabel**

Koefisien regresi dari masing-masing variabel independent terhadap varibel dependen, dapat dijelaskan sebagai berikut :

Y = -0,702 + 0,446 (X1) + 0,353 (X2) + 0,394 (X3)

Berdasarkan persamaan tersebut, koefisien regresi dari masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

**a. Hubungan antar pribadi**

Dengan koefisien regresi sebesar 0,446 maka dapat dijelaskan bahwa jika hubungan antar pribadi ditingkatkan sebesar satu satuan, maka semangat dan kegairahan kerja personal selling, akan meningkatkan sebesar 0,446 satuan dengan asumsi bahwa pengambilan keputusan dan pengendalian informasi konstan tidak mengalami perubahan.

**b. Pengambilan keputusan**

Dengan koefisien regresi sebesar 0,353 maka dapat dijelaskan bahwa jika pengambilan keputusan ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka semangat dan kegairahan kerja personal selling, akan meningkatkan sebesar 0,353 satuan, dengan asumsi bahwa hubungan antar pribadi dan pengendalian informasi adalah konstan tidak mengalami perubahan.

**c. Pengendalian Informasi**

Dengan koefisien regresi sebesar 0,394 maka dapat dijelaskan bahwa jika pengendalian informasi ditingkatkan sebesar satu satuan, maka semangat dan kegairahan kerja personal selling, akan meningkatkan sebesar 0,394 satuan, dan asumsi bahwa hubungan antar pribadi dan pengambilan keputusan konstan tidak mengalami perubahan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari kajian penelitian ini sangat menarik karena memang untuk penelitian mengenai faktor yang mempunyai pengaruh terhadap semangat dan kegairahan kerja karyawan pemasaran PT. Indonesia partner solution merupakan hasil dari pengamatan dan pemantauan selama beberapa waktu lamanya sehingga perlu mendapat kajian lebih dalam lagi.

#### 5.1.1. R2 Square

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, terbukti bahwa peran kepemimpinan yang terdiri dari hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap semangat dan kegairahan kerja karyawan pemasaran, dengan diperoleh hasil koefisien dominansi atau R2 Square sebesar 0,644 yang mengandung arti bahwa semangat dan kegairahan kerja personal selling 64,4 % disumbangkan oleh hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi. Sedang 35,6 % oleh variabel lainnya.

#### 5.1.2. Uji Simultan

Dengan hasil perhitungan regresi linier berganda, dengan $F_{tes}$ = 33,830 atau dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendalian informasi secara bersama-sama terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling PT. Indonesia partner solution.

#### 5.1.3. Uji Parsial

##### 5.1.3.1. Hubungan antar pribadi

Untuk mengetahui pengaruh dari hubungan antar pribadi, secara sendiri-sendiri terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling dapat dijelaskan melalui hasil perhitungan regresi linier berganda dengan t tes = 7,760 atau dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari alfa 0,05, berarti Ho ditolak sedangkan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara sendiri-sendiri terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan antar pribadi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

##### 5.1.3.2. Pengambilan Keputusan

Untuk mengetahui pengaruh pengambilan

keputusan terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling, dapat dijelaskan elalui hasil perhitungan regresi linier berganda dengan t tes = 4,438 atau dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari alfa 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara sendiri-sendiri terdapat pengaruh yang signifikan antara pengambilan keputusan terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

#### 5.1.3.3. Pengendalian Informasi

Untuk mengetahui pengaruh dari pengendalian informasi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling dapat dijelaskan melalui hasil perhitungan regresi linier berganda dengan t tes = 6,088 dengan signifikansi sebesar 0,000 berarti lebih kecil dari alfa 0,05, berarti Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara sendiri-sendiri, terdapat pengaruh yang signifikan antara pengendali informasi terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling.

### 5.1.4. Variabel Dominant

Dari ketiga variabel independen hubungan antar pribadi (X1), pengambilan keputusan (X2) dan pengendali informasi (X3), manakah yang memiliki pengaruh dominant terhadap semangat dan kegairahan regresi linier berganda, untuk nilai beta dari masing-masing variabel independent diketahui bahwa hubungan antar pribadi (X1) memiliki pengaruh yang paling dominan karena nilai beta dari variabel tersebut = 0,619 lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel independent yang lainnya.

#### 5.1.4.1. Variabel Yang Memiliki Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap semangat dan kegairahan kerja tenaga personal selling. Yang mana dengan berpedoman pada hasil perhitungan regresi linier berganda untuk nilai beda, yang berpengaruh paling dominan terhadap semangat dan kegairahan kerja personal selling dapat disimpulkan melalui hasil uji beta, sebagai berikut :

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda, dengan memperhatikan beta dari masing-masing variabel independent diketahui bahwa hubungan antar pribadi (X1) memiliki pengaruh yang paling dominan, karena nilai beta dari variabel tersebut 0,619 lebih tinggi jika dibandingkan dengan variabel independent lainnya.

Pola hubungan antar variabel-variabel bebas yang terdiri dari hubungan antar pribadi, pengambilan keputusan dan pengendali informasi terhadap variabel tergantung (semangat kerja karyawan personal selling) semuanya positif, artinya apabila ada salah satu variabel bebasnya meningkat dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka variabel tergantung akan ikut meningkat.

### 5.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam kajian serta uraian untuk penelitian ini adalah bahwa variabel hubungan antar pribadi, memiliki pengaruh dominan terhadap semangat dan kegairahan kerja tenaga personal selling untuk lebih jelasnya saran yang dapat diberikan terlihat seperti yang ada dibawah ini:

1. Bagi perusahaan, hendaknya peran kepemimpinan khususnya yang berkaitan dengan informasi harus dipertahankan karena paling dominan pengaruhnya terhadap semangat kerja karyawan bagian personal selling.
2. Sedangkan peran pimpinan yang berkaitan dengan hubungan antar pribadi yang terdiri dari peran pimpinan sebagai simbol, sebagai pemimpin harus lebih diperhatikan, yaitu dengan cara dalam mengatasi permasalahan yang ada secara satu per satu, sehingga dapat dipikirkan bersama untuk mencari pemecahannya (dalam arti pimpinan tidak menumpuk masalah, baru kemudian diselesaikan karena hal itu bisa menjadi rumit).
3. Dengan adanya penjenjangan serta kesempatan promosi untuk jabatan tertentu secara terbuka dan transparan dengan mempertimbangkan semangat dan kegairahan kerja tenaga personal selling PT. Indonesia Partner Solution umumnya lebih baik dan sesuai harapan dari karyawan personal selling.
4. Secara umum variabel-variabel yang mempengaruhi semangat dan kegairahan kerja tenaga personal selling yang meliputi : hubungan antar pribadi, pengendalian informasi dan pengambilan keputusan secara simultan seutuhnya berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja tenaga personal seutuhnya berpengaruh signifikan terhadap semangat kerja tenaga personal selling. Sehingga ke depan bagaimana melakukan semua variabel tersebut menjadi lebih berarti dalam menuju mendorong produktifitas.

## DAFTAR PUSTAKA

A.a Anwar Prabu Mangkunegara, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia Personalia*, Pertama, cetakan Keempat, Penerbit Remaja Rosdakarya.

Triguno, 1997, *Budaya Kerja*, Cetakan Kedua, Penerbit Golden Terayon Press.

Husein Umar, 2003, *Riset Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Cetakan Kelima, Penerbit

Gramedia Pustaka Utama.

Sondang P. Siangjan, 2003, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Pertama, Cetakan Kesepuluh, Penerbit Bumin Aksara\.

Sondang P. Siagian, 2002, *Kiat Meningkatkan Produktifitas Kerja*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Rineka Cipta.

Sedarmayanti, 2001, *Sumber Daya Manusia dan Produktifitas Kerja*, Edisi Pertama, Cetakan Kedua, Penerbit Mandar Maju.

Rois Arifin, 2003, *Perilaku Organisasi*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Bayu Media.

Melayu SP, Hasibuan, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Cetakan Kelima, Penerbit Bumi Aksara.

Marzuki, 2002, *Metodologi Riset*, Cetakan Kesembilan, Penerbit Praset Widya Pratama Jogjakarta.

Suharsimi Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian*, Edisi Revisi, Cetakan Keduabelas, Penerbit Rineka Cipta.

Algifari, 1997, Analisis Untuk Bisnis, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit BPFE Yogyakarta.

Riduwan, 2002, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Cetakan Pertama, Penerbit Alfabeta.

Winardi, 1980, *Manajemen Personalia*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Sinar Baru.

Sukamto Reksohadisaprodjo, 1992, *Organisasi Perusahaan Teori Struktur dan Perilaku*, Edisi Kedua, Cetakan Keenam, Penerbit BPFE Yogyakarta.

T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua, Cetakan Keempat belas, Penerbit BPFE Yogyakarta.

Singgih Santoso, *Statistik Parametik*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, Penerbit Alex Media Komputindo.

Singgih Santoso, 2003, *SPSS Versi 11*, Edisi Pertama, Cetakan Ketiga, Penerbit Alex Media Komputindo.

As ad, Moh, 1988, *Psikologi Industri, seri Ilmu Sumber Daya Manusia*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta.