

**ANALISIS PERAN *SELF EFFICACY* DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP  
KINERJA *MARKETING* DEALER WIJAYA TOYOTA SUBANG**

Enjang Suherman<sup>1)</sup>, Citra Savitri<sup>2)</sup>,

Jl. HR. Ronggowaluyo Telukjambe Timur/ Enjangsuherman@ubpkarawang.ac.id

Jl. HR. Ronggowaluyo Telukjambe Timur/Citra\_Savitri@ubpkarawang.ac.id

Manajemen Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Buana Perjuangan Karawang

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran *self efficacy* dan motivasi kerja terhadap kinerja *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang. Kemampuan penjual dalam memasarkan produk diperlukan keyakinan dan kepercayaan dirinya dalam mempromosikan barang dan jasa Dealer Wijaya Toyota Subang. Sedangkan motivasi kerja sangat diperlukan dalam melakukan pekerjaan, apabila motivasi kerja rendah maka karyawan cenderung kinerja menurun. Oleh sebab itu, bagaimana *self efficacy* dan motivasi kerja tersebut dapat mempengaruhi kinerja *marketing* Wijaya Toyota Subang.

Metode penelitian yang akan digunakan metode deskriptif verifikatif dengan teknik analisis data menggunakan analisis jalur. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan angket dengan menggunakan teknik populasi sampel yang berjumlah 30 *marketing*.

Hasil penelitian ini di dapatkan bahwa *self efficacy*( $X_1$ ), motivasi kerja ( $X_2$ ) dan kinerja *marketing* ( $Y$ ) memiliki kriteria baik berdasarkan analisis deskripsi rentang skala. Sedangkan analisis verikatif bahwa  $r_{x_1x_2} = 0,540$  yaitu terdapat hubungan cukup kuat antara *self efficacy* dan motivasi kerja. Analisis jalur didapatkan  $p_{x_1y}=0,021$  yaitu pengaruh parsial *self efficacy* terhadap kinerja *marketing* sebesar 2,1% . sedangkan motivasi kerja terhadap kinerja *marketing*  $p_{x_2y}=0,664$  sebesar 66,4%. Dengan demikian, koefisien jalur ( $0,664 > 0,021$ ) bahwa variabel motivasi kerja lebih banyak memberikan pengaruh terhadap kinerja *marketing* dibandingkan variabel *self efficacy*. *Self efficacy* dan motivasi kerja secara simultan berpengaruh terhadap kinerja *marketing* yaitu  $p_{x_1x_2y}=0,456$ . sebesar 45,6%. Hal ini berarti *self efficacy* dan motivasi kerja mempunyai kontribusi pengaruh sebesar 45,6% terhadap kinerja *marketing*, sedangkan sisanya 54,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

**KATA KUNCI:** *Self efficacy*, Motivasi Kerja, Kinerja *Marketing*

## **PENDAHULUAN**

Kemampuan penjual dalam memasarkan produk diperlukan keyakinan dan kepercayaan dirinya dalam mempromosikan barang dan jasa. Kepercayaan diri ini yang perlu ditumbuhkan bagi seluruh karyawan terutama karyawan bagian pemasaran. Dengan keyakinan yang penuh kinerja karyawan pemasaran akan efektif dalam mencapai target.

Keyakinan diri karyawan dapat meningkatkan motivasi kerja yang dampaknya terhadap kinerja karyawan. Efikasi diri dan motivasi kerja ini selalu

ditanamkan oleh karyawan Dealer PT Wijaya Motor Lestari Pamanukan atau dikenal dengan nama Wijaya Toyota Dealer.

Peraihan pangsa pasar yang lebih luas, Wijaya Toyota Pamanukan selalu menekankan kepada peningkatan kinerja yang tinggi. Kinerja karyawan yang selalu diutamakan oleh perusahaan menyebabkan karyawan harus meningkatkan penjualan unit mobil, suku cadang toyota serta servis bengkelnya. Kinerja karyawan dapat dilakukan dengan beberapa faktor. Menurut Mangkuprawira dan Aida (2007) salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja adalah faktor individu, meliputi kepercayaan diri atau keyakinan diri (*self efficacy*) dan motivasi yang dimiliki oleh individu.

Robbins (2007: 180) menyebutkan bahwa efikasi diri, yang juga dikenal dengan teori kognitif sosial, atau terori penalaran sosial, merujuk pada keyakinan individu bahwa dirinya mampu menjalankan suatu tugas. Sedangkan Kreitner dan Kinicki (2010) mendefinisikan efikasi diri merupakan keyakinan pada kemampuan diri sendiri untuk menghadapi dan memecahkan masalah pada sebuah pekerjaan dengan efektif. Kemampuan tersebut dapat berupa keyakinan atas keberhasilan dengan menggunakan motivasi, kompetensi, sumber daya dalam mencapai kinerja yang tinggi.

Motivasi salah satu faktor untuk meningkatkan kemauan diri dalam meraih tujuan dengan efektif disertai dengan kemampuan dan kompetensi individu masing-masing. Karyawan yang memiliki motivasi kerja tinggi akan melakukan pekerjaan yang menantang disertai dengan menguji kemampuan dirinya sehingga kesulitan pekerjaan akan terselesaikan.

Penetapan target setiap *marketing* ditargetkan satu bulan memasarkan 4 unit all varian mobil Toyota. Sedangkan rata-rata penjualan untuk seluruh *marketing* mencapai 3,5 unit yang seharusnya minimal rata-rata mencapai 4 unit untuk seluruh *marketing*. Walaupun sebagian besar *marketing* mencapai target akan tetapi masih terdapat beberapa *marketing* yang terkena evaluasi. Dengan demikian terindikasi bahwa kinerja *marketing* kurang optimal.

Berbagai upaya untuk melakukan peningkatan kinerja sales oleh Dealer Wijaya Toyota Subang meliputi peningkatan motivasi berupa liburan domestik dan

internasional, insentif penjualan, jenjang karier, dan pelatihan yang berkaitan dengan penjualan. Walaupun demikian masih terdapat keluhan konsumen atas kinerja *marketing* berupa kekecewaan konsumen terhadap janji sales yang tidak sesuai, proses STNK lebih dari standar waktu, pengiriman unit mobil masih tidak sesuai jadwal. terdapat sales yang kurang percaya diri dalam melakukan pemasaran dan sebagainya.

Penulis tertarik atas fenomena dan permasalahan tersebut, dengan demikian penulis melakukan penelitian atas latar belakang masalah dengan membahas Analisis Peran Self Efficacy dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja *Marketing* Dealer Wijaya Toyota Subang.

### **RUMUSAN MASALAH**

Penelitian supaya lebih fokus dalam pembahasannya, maka peneliti merumuskan berbagai rumusan masalah yaitu: : (1) Menganalisis *self efficacy* di Dealer Wijaya Toyota Subang?; (2) Menganalisis motivasi kerja di Dealer Wijaya Toyota Subang?; (3) Menganalisis kinerja *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang?; (4) Menganalisis hubungan antara *self efficacy* dengan motivasi kerja di Dealer Wijaya Toyota Subang?; (5) Menganalisis pengaruh parsial *self efficacy* dan motivasi kerja terhadap kinerja *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang?;(6) Menganalisis pengaruh simultan *self efficacy* dan motivasi kerja terhadap kinerja *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang?

### **TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian ini diharapkan dapat menjawab rumusan masalah yang telah dipertanyakan rumusan masalah yaitu: (1) Menganalisis *self efficacy* di Dealer Wijaya Toyota Subang; (2) Menganalisis motivasi kerja di Dealer Wijaya Toyota Subang; (3) Menganalisis kinerja *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang; (4) Menganalisis hubungan antara *self efficacy* dengan motivasi kerja di Dealer Wijaya Toyota Subang; (5) Menganalisis pengaruh parsial *self efficacy* dan motivasi kerja terhadap kinerja *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang;(6) Menganalisis pengaruh simultan *self efficacy* dan motivasi kerja terhadap kinerja *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang.

## **LANDASAN TEORI**

### ***Self Efficacy***

*Self efficacy* adalah keyakinan seseorang mengenai peluangnya untuk berhasil mencapai tugas tertentu. (Kreitner dan Kinicki, 2004). Sedangkan Menurut Ari (2006) *Self of Efficacy* adalah sesuatu didalam diri seseorang yang menyebabkan, menyalurkan dan mempertahankan tingkah laku dalam arah tekad tertentu sesuai tujuannya *Self efficacy* juga dapat diartikan sebagai pemberian dorongan batin supaya pihak lain bergerak/melakukan tindakan tertentu.

Menurut Intan dkk (2017) terdapat tiga dimensi dalam mengukur *self efficacy* yaitu (a) *efficacy to influence decision making* meliputi membuat keputusan, mengekspresikan pandangan, menumpulkan nahan presentasi, mengumpulkan peralatan yang dibutuhkan, menghubungi nasabah, mendapatkan nasabah yang bersedia mendengarkan, mengatasi kebingungan nasabah, meningkatkan pengetahuan nasabah, membujuk calon nasabah, dan mendapatkan nasabah; (b) *Instrictional self efficacy* meliputi menggali informasi kebutuhan calon nasabah, melakukan pendekatan dengan calon nasabah, dan menjelaskan manfaat asuransi; (c) *disciplinary self efficacy* meliputi mencegah terjadinya masalah dalam proses klaim

### **Motivasi Kerja**

Rivai dan Sagala (2011) motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu. Sikap dan nilai tersebut memberikan kekuatan untuk mendorong individu bertingkah laku dalam mencapai tujuan.

Manullang (2011) terdapat teori motivasi meliputi:

Teori David Mc.Clelland

- a. *Need for achievement*, yaitu kebutuhan untuk berprestasi yang merupakan relaksi dari dorongan akan tanggung jawab untuk pemecahan masalah. Seorang pegawai yang mempunyai kebutuhan akan berprestasi tinggi cenderung untuk berani mengambil resiko. Kebutuhan untuk berprestasi adalah kebutuhan untuk melakukan pekerjaan lebih baik daripada sebelumnya.

- b. *Need for Affiliation*, yaitu kebutuhan untuk berafiliasi yang merupakan dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain, berada bersama orang lain, tidak mau melakukan sesuatu yang merugikan orang lain
- c. *Need for power*, yaitu kebutuhan untuk kekuasaan yang merupakan refleksi dari dorongan untuk mencapai otoritas untuk memiliki pengaruh terhadap orang lain.

### **Kinerja Pegawai**

Kinerja pegawai adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya (Mangkunegara, 2011. Fahmi (2013) menjelaskan bahwa kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat profit oriented dan non profit oriented yang dihasilkan selama satu periode tertentu.

Menurut Moeheriono (2014:139) Faktor Penilaian adalah aspek-aspek yang diukur dalam proses penilaian kerja individu. Faktor penilaian tersebut terdiri dari empat aspek, yakni sebagai berikut:

1. Hasil kerja, yaitu keberhasilan dalam melaksanakan kerja (output) biasanya terukur, seberapa besar yang telah dihasilkan, berapa besar jumlahnya dan berapa besar kenaikannya, misalkan omset pemasaran, jumlah keuntungan dan total perputaran aset dan lain-lain.
2. Perilaku, yaitu aspek tindak tanduk karyawan dalam melaksanakan pekerjaan, pelayanannya bagaimana, kesopanan, sikapnya dan perilakunya baik terhadap sesama karyawan maupun kepada pelanggan.
3. Atribut dan kompetensi, yaitu kemahiran dan penguasaan karyawan sesuai tuntutan jabatan, pengetahuan, keterampilan dan keahliannya, seperti kepemimpinan, komunikasi, inisiatif dan komitmen.
4. Komparatif, yaitu membandingkan hasil kinerja karyawan dengan karyawan lainnya yang selevel dengan yang bersangkutan, misalnya sesama sales berapa omset penjualan selama satu bulan.

## **KERANGKA BERFIKIR**

Penelitian ini berdasarkan fenomena dan permasalahan yang terdapat dilokus penelitian, oleh sebab itu peneliti menguraikan kerangka berfikir yaitu:

1. Hubungan *Self Efficacy* dengan Motivasi Kerja; *Self efficacy* diduga mempunyai hubungan yang positif dengan motivasi kerja, seperti yang dinyatakan dalam penelitian Fajiaturrahman (2016) bahwa Terdapat hubungan positif efikasi diri dengan motivasi kerja guru.
2. Pengaruh *Self Efficacy* terhadap Kinerja *Marketing*; Berdasarkan penelitian Fadzilah (2016) menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan bagian penjualan pada PT. Sinar Sosro Semarang. Maka *self efficacy* diduga mempunyai pengaruh terhadap kinerja *marketing*.
3. Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja *Marketing*; Agusta dan Sutanto (2013) penelitiannya menyatakan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan operator alat berat CV. Haragon Surabaya.
4. Pengaruh *Self Efficacy* dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja *Marketing*; Intan, Supartha dan Saroyeni tahun 2017 menyimpulkan bahwa *self efficacy* dan motivasi berprestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi.

## **HIPOTESIS**

Berdasarkan kerangka berfikir maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut: (1) Terdapat hubungan antara *self efficacy* dengan motivasi kerja; (2) Terdapat pengaruh *self efficacy* dan motivasi kerja secara parsial terhadap kinerja *marketing*; (3) Terdapat pengaruh *self efficacy* dan motivasi kerja secara simultan terhadap kinerja *marketing*.

## **DESAIN PENELITIAN**

Penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif verifikatif. yaitu untuk menganalisis pengaruh efikasi diri dan motivasi kerja terhadap kinerja *marketing*.

## **VARIABEL**

Variabel dalam penelitian ini meliputi efikasi diri, motivasi kerja dan kinerja yang dijelaskan dengan indikator-indikator pada operasionalisasi sebagai berikut:

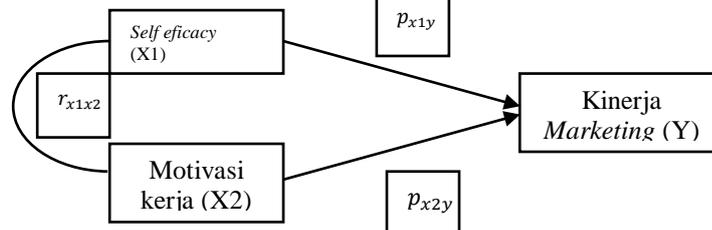
**Tabel 1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Self Efficacy</i>	Kepercayaan diri membuat keputusan	a. Membuat keputusan. b. Mencapai prestasi c. Pantang menyerah d. Mencari potensi pasar
	Efikasi diri intruksional	e. Meyakinkan konsumen atas produk a. Menggali kebutuhan konsumen b. Melakukan pendekatan dengan konsumen
	Kemandirian disiplin diri	c. Menjelaskan manfaat produk a. Memberikan pelayanan optimal b. Mencegah terjadinya masalah dengan konsumen
Motivasi kerja	Kebutuhan untuk berprestasi.	a. Keberhasilan Pelaksanaan b. Pengakuan prestasi c. Inovatif d. Tanggung jawab
	Kebutuhan untuk memperluas pergaulan,	a. Persahabatan b. Bekerjasama c. Konflik
	Kebutuhan untuk menguasai sesuatu.	a. Kepercayaan menjadi pemimpin b. Tugas dibebankan c. Kontribusi
Kinerja <i>marketing</i>	Hasil kerja	a. Menjalankan pekerjaan dengan standar b. Pencapaian target tepat waktu dan konsisten c. Penjualan mencapai target
	Perilaku kerja	a. Berperilaku sopan santun dalam pelayanan b. Kerjasama c. Tanggung jawab
	Atribut kompetensi	a. Pemberian komunikasi menyenangkan b. Komunikasi memberikan pemahaman c. Keterampilan d. Kreatif inovatif

Sumber: Olah data 2018

## MODEL YANG DIGUNAKAN

Model dalam penelitian ini *Path Analysis* sebagai berikut:



Gambar 1 Model Analisis Jalur

## TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Populasi penelitian ini adalah seluruh *marketing* dealer Wijaya Toyota subang berjumlah 30 orang.
2. Sampel yang digunakan adalah populasi berjumlah 30 orang. Sedangkan teknik

## TEKNIK ANALISIS

1. Transformasi Data

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2011) Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (method of successive interval).

2. Uji keabsahan data

- a. Validitas  $r$  hitung  $> 0,3$  (Instrument Valid)
- b. Reliabilitas Croanbach's Alpha  $> 0,6$ . (Instrumen Reliabel)

3. Uji Prasyarat Komparatif

Uji normalitas menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan menggunakan SPSS. Uji Normalitas Sig. Hitung  $> 0,05$  berdistribusi normal..

4. Analisis Deskriptif

Analisis deskripsi menggunakan rentang skala dari bobot dan frekuensi jawaban meghasilkan skor. Skor tersebut dianalisis dengan membandingkan rentang skala..

- a. Rentang Skala

Cara menentukan rentang skala dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$RS = \frac{n(m-1)}{m}$  ; rentang skalanya adalah 24 sedangkan skor rendah adalah 30 dan skor tertinggi adalah 150.

**Tabel 2 Kreteria Dalam Rentang Skala**

Skala skor	Rentang Skala	Kriteria dalam angket
1	30 – 53	Sangat rendah/Tidak baik/Tidak setuju
2	54 – 77	Rendah/Kurang Baik/Kurang setuju
3	78 – 101	Cukup tinggi/Cukup baik/Ragu-ragu
4	102– 125	Tinggi/Baik/Setuju
5	126 – 150	Sangat tinggi/Sangat baik/Sangat setuju

Sumber: data diolah, 2018

### 5. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yang digunakan adalah *path analysis* dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel  $X_1$  *Self efficacy* (eksogen) dan variabel  $X_2$  Motivasi Kerja (eksogen) terhadap variabel Y Kinerja *Marketing* (endogen).

## ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

### ANALISIS DATA

**Uji Validitas** yaitu perhitungan menggunakan *product moment pearson* dengan perbandingan hasil perhitungan korelasi dengan  $r$  kritis sebesar 0,3 yaitu:

**Tabel 3 Uji Validitas Variabel**

	Dimensi	Item Pernyataan	r-hitung	r-kritis	kriteria
<b>Hasil Uji Validitas Variabel <i>Self efficacy</i> (<math>X_1</math>)</b>	Kepercayaan diri membuat keputusan	Membuat keputusan	0,473	0,3	Valid
		Mencapai prestasi	0,386	0,3	Valid
		Pantang menyerah	0,402	0,3	Valid
		Mencari potensi pasar	0,475	0,3	Valid
		Meyakinkan konsumen	0,689	0,3	Valid
	Efikasi diri Intruksional	Menggali kebutuhan konsumen	0,734	0,3	Valid
		Pendekatan dengan konsumen	0,606	0,3	Valid
		Menjelaskan produk	0,695	0,3	Valid
	Kemandirian disiplin diri	Pelayanan optimal	0,356	0,3	Valid
		Mencegah masalah dengan konsumen	0,412	0,3	Valid
<b>Hasil Uji Validitas Variabel (<math>X_2</math>)</b>	Kebutuhan untuk berprestasi	Keberhasilan pelaksanaan	0,67	0,3	Valid
		Pengakuan prestasi	0,56	0,3	Valid
		Inovasi	0,38	0,3	Valid
		Tanggung jawab	0,69	0,3	Valid

Sumber: data diolah, 2018

**Tabel 3 Uji Validitas Variabel (lanjutan)**

Hasil Uji	Dimensi	Item Pernyataan	$r$ -hitung	$r$ -kritis	kriteria
Validitas Variabel Motivasi Kerja (X <sub>2</sub> )	Kebutuhan untuk memperluas pergaulan	Persahabatan	0,67	0,3	Valid
		Bekerjasama	0,6	0,3	Valid
		Menghindari Konflik	0,53	0,3	Valid
	Peran untuk menguasai sesuatu	Kepercayaan menjadi pemimpin	0,62	0,3	Valid
		Tugas dibebankan	0,46	0,3	Valid
		Kontribusi	0,74	0,3	Valid
Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Marketing (Y)	Hasil kerja	Menjalankan standar pekerjaan	0,54	0,3	Valid
		Target tepat waktu	0,6	0,3	Valid
		Target penjualan	0,63	0,3	Valid
	Perilaku kerja	Pelayanan sopan santun	0,59	0,3	Valid
		Kerjasama	0,73	0,3	Valid
		Tanggung jawab	0,69	0,3	Valid
	Atribut kompetensi	Komunikasi menyenangkan	0,76	0,3	Valid
		Pemahaman komunikasi	0,65	0,3	Valid
		Keterampilan	0,54	0,3	Valid
		Kreatif inovatif	0,67	0,3	Valid

Sumber: data diolah, 2018

#### Uji Reliabilitas dan Uji Normalitas

Reliabel apabila Cronbach's Alpha hitung > Cronbach's Alpha kritis, dimana Cronbach's Alpha kritis = 0.6, serts uji normalitas Metode *Kolmogorov-Smirnov*<sup>2</sup> dengan ketentuan *Sig* hitung > 0.05 pada kolom *Kolmogorov-Smirnov*<sup>a</sup>, yaitu:

**Tabel 4 Uji Reabilitas dan Normalitas**

	Variabel	Cronbach's Alpha hitung	Cronbach's Alpha kritis	Kriteria
Hasil Uji Reliabilitas	<i>Self efficacy</i>	0,72	0,6	Reliabel
	Motivasi Kerja	0,79	0,6	Reliabel
	Kinerja <i>marketing</i>	0,84	0,6	Reliabel
	Variabel	Sig Hitung	Sig kritis	Kriteria
Tes Normalitas	<i>Self efficacy</i>	0,878	0,05	Normal
	Motivasi kerja	0,604	0,05	Normal
	Kinerja <i>marketing</i>	0,749	0,05	Normal

Sumber: data diolah 2018

### Analisis Deskriptif

Adapun rekapitulasi rentang skala setiap variabel *self efficacy* ( $X_1$ ), motivasi kerja ( $X_2$ ) dan kinerja *marketing* ( $Y$ ) sebagai berikut:

**Tabel 5 Rekapitulasi Variabel *Self Efficacy***

Variabel	Dimensi	Item Pernyataan	Jumlah Skor	Kriteria
<i>Self Efficacy</i>	Kepercayaan diri membuat keputusan	Membuat keputusan	113	Baik
		Mencapai prestasi	114	Baik
		Pantang menyerah	116	Baik
		Mencari potensi pasar	112	Baik
		Meyakinkan konsumen	123	Baik
	Efikasi diri Intruksional	Menggali kebutuhan konsumen	116	Baik
		Pendekatan dengan konsumen	119	Baik
		Menjelaskan produk	119	Baik
	Kemandirian disiplin diri	Pelayanan optimal	113	Baik
		Mencegah masalah dengan konsumen	120	Baik
	Rata-rata Skor			116,50

Sumber; data diolah 2018

Berdasarkan rekapitulasi variabel *self efficacy*, diperoleh rata-rata skor sebesar 116,50 dengan kriteria baik.

**Tabel 6 Rekapitulasi Variabel Motivasi Kerja**

Variabel	Dimensi	No. Pernyataan	Jumlah Skor	Kriteria
Motivasi Kerja	Kebutuhan untuk berprestasi	Keberhasilan pelaksanaan	101	Cukup Tinggi
		Pengakuan prestasi	120	Tinggi
		Inovasi	101	Cukup Tinggi
		Tanggung jawab	110	Tinggi
	Kebutuhan untuk memperluas pergaulan	Persahabatan	111	Tinggi
		Bekerjasama	115	Tinggi
		Menghindari Konflik	126	Sangat Tinggi
	Peran untuk menguasai sesuatu	Kepercayaan menjadi pemimpin	113	Tinggi
		Tugas dibebankan	119	Tinggi
		Kontribusi	129	Sangat Tinggi
	Rata-rata Skor			114,50

Sumber: data diolah 2018

Berdasarkan rekapitulasi variabel motivasi kerja pada Tabel, diperoleh rata-rata skor sebesar 114,50 dengan kriteria motivasi tinggi.

**Tabel 7 Rekapitulasi Variabel Kinerja Marketing**

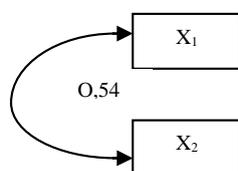
Variabel	Dimensi	No. Pernyataan	Jumlah Skor	Kriteria	
Kinerja Marketing	Hasil kerja	Menjalankan standar pekerjaan	99	Cukup baik	
		Target tepat waktu	102	Baik	
		Target penjualan	102	Baik	
	Perilaku kerja	Pelayanan sopan santun	104	Baik	
		Kerjasama	108	Baik	
		Tanggung jawab	101	Cukup baik	
	Atribut kompetensi	Komunikasi menyenangkan	107	Baik	
		Pemahaman komunikasi	119	Baik	
		Keterampilan	99	Cukup baik	
		Kreatif inovatif	104	Baik	
	Rata-rata Skor			104,50	Baik

Sumber: data diolah 2018

Berdasarkan rekapitulasi variabel kinerja *marketing* diperoleh rata-rata skor sebesar 104,50 dengan kriteria kinerja baik.

### Analisis Verifikatif

#### Analisis Korelasi *Product Moment Pearson*



Nilai koefisien korelasi 0,54 tersebut, maka dapat diinterpretasikan hubungan antara variabel bebas X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> memiliki tingkat hubungan yang sedang.

**Gambar 2**

#### Hubungan antara variabel bebas X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>

### Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Koefisien jalur untuk setiap variabel *self efficacy* (X<sub>1</sub>) dan motivasi kerja (X<sub>2</sub>) terhadap kinerja *marketing* (Y) sebagai berikut:

**Tabel 8 Koefisien Jalur X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap Y**

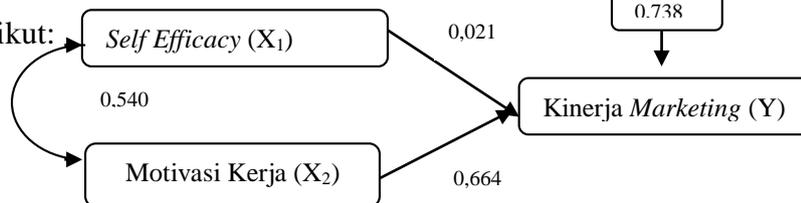
Model	Unstandardized Coeficients		Standardized	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	6.018	5.000		1.204	.239
Self Efficacy	.026	.210	.021	.122	.904
Motuvasi Kerja	7.29	.185	.664	3.941	.001

a. Dependent Variable : Kinerja Marketing

Sumber: data diolah SPSS 2018

Koefisien jalur variabel *self efficacy* (X<sub>1</sub>) terhadap kinerja *marketig* (Y) adalah 0,021. Dengan demikian dapat diperoleh persamaan Y= 0,021 X<sub>1</sub>. koefisien jalur variabel motivasi kerja (X<sub>2</sub>) terhadap kinerja *marketing* (Y) adalah 0,664. Dengan demikian dapat diperoleh persamaan Y= 0,664 X<sub>2</sub>. Koefisien jalur untuk variabel lain menggunakan rumus:  $p \epsilon = \sqrt{1 - r^2}$   $p \epsilon = \sqrt{1 - 0,456} = 0,738$

Hasil perhitungan analisis jalur secara keseluruhan dapat diperielas dengan gambar sebagai berikut:



**Gambar 3**

**Analisi Jalur *Self Efficacy* dan Motivasi Kerja dan Kinerja *Marketing***

Persamaan jalurnya sebagai berikut:

$$Y = 0,021 X_1 + 0,664X_2 + 0,738$$

di mana : X<sub>1</sub> = *Self efficacy*

X<sub>2</sub> = Motivasi Kerja

Y = Kinerja *marketing*

ε = Koefisien jalur variabel lain sebesar 0,737

**Pengaruh Parsial dan Simultan Variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap Variabel Y**

**Tabel 9 Pengaruh Parsial dan Simultan X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap Y**

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung		Sub total pengaruh
			X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	
X <sub>1</sub>	0,021	0,000441	-	0,0075	0,00794
X <sub>2</sub>	0,664	0,441	0,0075	-	0,448
Total					0,456
ε	0,738	0,544	-	-	0,544

Sumber: data diolah 2018

Bahwa pengaruh parsial variabel *self efficacy* (X<sub>1</sub>) terhadap kinerja *marketing* (Y) adalah 0,00794 atau 0,794%. Sedangkan pengaruh parsial variabel motivasi kerja (X<sub>2</sub>) terhadap kinerja *marketing* (Y) adalah 0,448 atau 44,8%.

Total pengaruh simultan variabel *self efficacy* (X<sub>1</sub>) dan motivasi kerja (X<sub>2</sub>) terhadap kinerja *marketing* (Y) yaitu 0,456 atau 45,6%. Sedangkan pengaruh variabel lain diluar atau epsilon ε sebesar  $1 - 0,456 = 0,544$  atau 54,4%.

#### **Analisis Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)**

Tabel 10 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.676 <sup>a</sup>	.456	.416	4.603

Sumber: data diolah 2018

Bahwa koefisien determinan adalah 0,456 atau 45,6%. Nilai tersebut mempunyai arti variabel *self efficacy* (X<sub>1</sub>) dan motivasi kerja (X<sub>2</sub>) mempunyai kontribusi dan pengaruh terhadap kinerja *marketing* (Y) sebesar 45,6%.

#### **Uji Hipotesis**

##### **Hipotesis Hubungan Antar Variabel Bebas**

**Tabel 11 Uji korelasi *self efficacy* (X<sub>1</sub>) dan motivasi kerja (X<sub>2</sub>)**

Struktural	α	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
r <sub>x1x2</sub>	0,05	3,394	2,04	Ho ditolak

Sumber: data diolah 2018

##### **Hipotesis Pengaruh Variabel Secara Parsial**

**Tabel 12 Uji pengaruh parsial *Self Efficacy* (X<sub>1</sub>) dan motivasi kerja (X<sub>2</sub>) terhadap Kinerja Marketing (Y)**

Struktural	sig	$\alpha$	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
$P_{yx1}$	0,904	0,05	0,122	2,009	Ho diterima
$P_{yx2}$	0,001	0,05	3,941	2,04	Ho ditolak

Sumber: data diolah 2018

### Hipotesis Pengaruh Variabel Secara Simultan

**Tabel 13 Uji pengaruh simultan *self efficacy* (X<sub>1</sub>) motivasi kerja (X<sub>2</sub>) kinerja marketing (Y)**

Struktural	sig	$\alpha$	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
$P_{y \times 1 \times 2}$	0,000	0,05	11,335	3,35	Ho ditolak

Sumber: data diolah 2015

## PEMBAHASAN

### Pembahasan Deskriptif

Berdasarkan hasil analisa terhadap tanggapan-tanggapan responden terkait dengan fenomena-fenomena yang terjadi, maka diperlukan pembahasan deskriptif sebagai berikut:

1. ***Self Efficacy*** (X<sub>1</sub>) pada karyawan *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang memiliki kriteria Baik, yang memiliki arti *self efficacy* sudah sesuai dengan yang diharapkan dilihat dari dimensi kepercayaan diri membuat keputusan, efikasi diri intruksional, dan kemandirian disiplin diri. Akan tetapi terdapat skor terendah dari beberapa indikator *self efficacy meliputi*:
  - a. Indikator *self efficacy* dalam mencari potensi pasar di dimensi kepercayaan diri pemberi keputusan. Keragu-raguan dalam mencari potensi pasar akan menimbulkan kejenuhan terhadap aktifitas pemasarn. Kejenuhan tersebut akan berdampak pada tingkat penjualan. *Marketing* diwajibkan untuk selalu mengali potensi-potensi pasar yang lebih luas sehingga produk tersebut menjadi *leader market*.

- b. Indikator *self efficacy* dalam membuat keputusan di dimensi kepercayaan diri pemberi keputusan. Dalam membuat keputusan diperlukan keyakinan yang kuat, ketepatan dan kecermatan. Apabila ragu-ragu dalam memberikan keputusan akan berdampak pada hasil keputusan tersebut. Indikator tersebut perlu ditingkatkan dengan diberikan bimbingan.
  - c. Indikator *self efficacy* dalam pelayanan yang optimal di dimensi kemandirian disiplin diri. Pegawai pada umumnya memberikan pelayanan optimal apabila terdapat rekan kerja yang dapat membantunya. Sedangkan *marketing* dilapangan tidak selalu bersama-sama bekerja terus menerus, adakalanya harus personal. Kepercayaan dalam kemandirian perlu ditanamkan sejak awal bekerja. Hal ini sangat penting karena *marketing* dapat bekerja kelompok atau individu yang mewajibkan memberikan pelayanan optimal.
2. Motivasi Kerja ( $X_2$ ) di pada karyawan *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang memiliki kriteria Tinggi, yang memiliki arti motivasi kerja sudah sesuai dengan yang diharapkan dilihat dari dimensi kebutuhan untuk berprestasi, kebutuhan untuk pergaulan, dan kebutuhan untuk menguasai sesuatu. Akan tetapi terdapat kriteria cukup tinggi meliputi:
- a. Indikator motivasi kerja dalam inovasi di dimensi motivasi untuk berprestasi. Kurangnya dorongan untuk berinovasi yang berdampak pada penurunan pencapaian prestasi.
  - b. Indikator motivasi kerja dalam keberhasilan pelaksanaan pekerjaan di dimensi motivasi berprestasi. Diindikasikan *marketing* kurang optimal dalam keberhasilan pelaksanaan pekerjaan. Keberhasilan tersebut kurangnya dorongan *marketing* untuk mencapai prestasi yang tinggi. Pemberian motivasi bukan hanya dalam bentuk bonus dan materi saja, juga diperlukan pemberian motivasi dari pimpinan untuk meningkatkan prestasinya
3. Kinerja *marketing* (Y) pada karyawan *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang memiliki kriteria baik, yang memiliki arti kinerja *marketing* sudah sesuai dengan yang diharapkan dilihat dari dimensi hasil kerja, perilaku kerja

dan atribut kompetensi. Namun demikian terdapat beberapa indikator yang memiliki kriteria cukup baik meliputi:

- a. Indikator kinerja *marketing* dalam menjalankan standar pekerjaan di dimensi hasil kerja. Diindikasikan indikator tersebut belum optimal dalam hal menjalankan standar pekerjaan atau operasional prosedur. Kurangnya kesadaran tersebut dapat menimbulkan hasil kerja kurang baik dan perlu ditingkatkan.
- b. Indikator kinerja *marketing* dalam tanggung jawab di dimensi perilaku kerja. Diindikasikan perilaku kerja dalam hal tanggung jawab kurang optimal. Tanggung tersebut dapat berupa mengikuti pameran sampai selesai, disiplin dan sebagainya.
- c. Indikator kinerja *marketing* dalam keterampilan di dimensi kompetensi. Diindikasikan bahwa keterampilan *marketing* kurang optimal sehingga pemasaran akan terhambat. Keterampilan pemasaran dapat berupa memahami teknologi, kemampuan analisis, negosiasi, komunikasi dan kreatifitas.

### **Pembahasan Verifikatif**

Berdasarkan hasil perhitungan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disajikan tentang pembahasan verifikatif sebagai berikut:

1. Hubungan antara *self efficacy* ( $X_1$ ) dan motivasi kerja ( $X_2$ ) memiliki koefisien korelasi sebesar 0,540 yang artinya memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat.

Penelitian ini telah membuktikan teori hubungan *self efficacy* dengan motivasi kerja, seperti penelitian Fajiaturrahman (2016) bahwa Terdapat hubungan positif efikasi diri dengan motivasi kerja guru.

2. Pengaruh parsial *self efficacy* ( $X_1$ ) terhadap kinerja *marketing* (Y) memiliki koefisien jalur sebesar 0,021 atau pengaruhnya sebesar 2,1% . sedangkan motivasi kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja *marketing* (Y) adalah memiliki koefisien jalur sebesar 0,664 atau pengaruhnya sebesar 66,4%. Dengan demikian, koefisien jalur ( $0,664 > 0,021$ ) dapat dinyatakan bahwa variabel motivasi kerja

lebih banyak memberikan pengaruh terhadap kinerja *marketing* dibandingkan variabel *self efficacy*.

Penelitian ini tidak membuktikan teori pengaruh *self efficacy* terhadap kinerja *marketing* dan telah membuktikan teori pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja *marketing*, seperti penelitian Fadzilah (2016) menyatakan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan bagian penjualan pada PT. Sinar Sosro Semarang. Maka *self efficacy* diduga mempunyai pengaruh terhadap kinerja *marketing*. Sedangkan penelitian Agusta dan Sutanto (2013) penelitiannya menyatakan bahwa motivasi kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan operator alat berat CV. Haragon Surabaya.

3. *Self efficacy* ( $X_1$ ) dan motivasi kerja ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap kinerja *marketing* ( $Y$ ),. Total pengaruh *self efficacy* ( $X_1$ ) dan motivasi kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja *marketing* ( $Y$ ) sebesar 0,456 atau 45,6%. Hal ini berarti *self efficacy* dan motivasi kerja mempunyai kontribusi pengaruh sebesar 45,6% terhadap kinerja *marketing*, sedangkan sisanya 54,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti. Penelitian lain yang tidak diteliti dimungkinkan seperti variabel disiplin kerja, kompensasi, stress kerja, kompetensi, kepuasan kerja dan sebagainya yang perlu dilakukan penelitian selanjutnya demi mendapatkan informasi yang menyeluruh tentang kinerja *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang.

Penelitian ini telah membuktikan teori Intan, Supartha dan Saroyeni tahun 2017 menyimpulkan bahwa *self efficacy* dan motivasi berprestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja agen pemasaran asuransi.

## **KESIMPULAN**

Hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan yaitu:

1. *Self Efficacy* ( $X_1$ ) pada karyawan *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang memiliki kriteria Baik.
2. Motivasi Kerja ( $X_2$ ) di pada karyawan *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang memiliki kriteria Tinggi.

3. Kinerja *marketing* (Y) pada karyawan *marketing* di Dealer Wijaya Toyota Subang memiliki kriteria baik.
4. Hubungan antara *self efficacy* ( $X_1$ ) dan motivasi kerja ( $X_2$ ) memiliki koefisien korelasi sebesar 0,540 yang artinya memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat.
5. Pengaruh parsial *self efficacy* ( $X_1$ ) terhadap kinerja *marketing* (Y) memiliki koefisien jalur sebesar 0,021 atau pengaruhnya sebesar 2,1% . sedangkan motivasi kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja *marketing* (Y) adalah memiliki koefisien jalur sebesar 0,664 atau pengaruhnya sebesar 66,4%
6. *Self efficacy* ( $X_1$ ) dan motivasi kerja ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh terhadap kinerja *marketing* (Y),. Total pengaruh *self efficacy* ( $X_1$ ) dan motivasi kerja ( $X_2$ ) terhadap kinerja *marketing* (Y) sebesar 0,456 atau 45,6%. Hal ini berarti mempunyai kontribusi pengaruh sebesar 45,6% terhadap kinerja *marketing*, sedangkan sisanya 54,4% merupakan variabel lain yang tidak diteliti.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Leonardo dan Eddy Madiono Sutanto. 2013. Pengaruh Pelatihan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Haragon. Universitas Kristen Petra. Program Studi Manajemen AGORA Vol. 1 No (2013).
- Fahmi, Irham. 2013. Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta
- Fajiaturrahman, Sukron. 2016. Jurnal Pendidikan Dasar. Iklim Sekolah dan Efikasi Diri Dengan Motivasi Kerja Guru. Universitas Negeri Jakarta. Vol 7 No 1 2016
- Fadzilah, Ari. 2006. Analisis pengaruh pemberdayaan karyawan dan *Self of efficacy* terhadap kinerja karyawan bagian penjualan (Studi kasus pada PT. Sinar Sosro Wilayah Semarang). Universitas Diponegoro: Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol 3 Nomor 1 Tahun 2006.
- Intan, I Gusti Ayu, I Wayan Gede Supartha dan Putu Saroyeni. 2017. Pengaruh *Self efficacy* dan Motivasi Berprestasi Terhadap Kinerja Agen Pemasaran Asuransi Equity Life Indonesia Cabang Renon Denpasar. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayanan Vol 6 no 4 2017

- Kreitner, R. and Kinicki, A. 2004. *Organizational Behavior*. Fifth Edition. McGraw Hill. New York.
- Lunenburg, Fred C. 2011. Goal-Setting Theory of Motivation. Sam Houston State University: International Journal of Management Business and Administration Volume 15 Number 1 2011
- Luthans, Fred. 2006. Perilaku organisasi. Edisi 10. Yogyakarta : Andi
- Mangkuprawira, Sjafriz dan Aida Vitayala Hubies. 2007. Manajemen Mutu Sumber Daya Manusia. Bogor: Ghalia Indonesia
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2011. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Bandung: Remaja Rosda karya
- Manullang, M. dan Marhot Amh Manullang. 2011. Manajemen Personalialia. Yogyakarta: Gajah Mada University Pers
- Moeheriono. 2014. Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Rivai, Veithzal. Dan Ella Jauvani Sagala. 2011. Edisi Kedua Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik. Jakarta: Rajawali Pers
- Robbins, Stephen P. (2007). *Organizational behavior*. 11 th edition. Pearson Prentice Hall, New jersey.
- Sedermayanti. 2014. Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil. Bandung: Refika Aditama
- Suherman, Enjang. 2017. Analisis Perbedaan Kualitas Pelayanan Lembaga Keuangan Mikro Ksp. Mugi Lestari Syariah Dengan Bmt Mardhatillah Berkah. Universitas Buana Perjuangan Karawang. Jurnal Buana Ilmu. Vol 1 No 2.