

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui tingkat pengaruh pemberian kompensasi terhadap peningkatan motivasi dan loyalitas karyawan di PT. Agung Automall.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode regresi sederhana dengan uji asumsi klasik. Tahap-tahap penelitiannya melalui metode survei dengan membagikan kuesioner kepada sejumlah sample yang telah ditentukan untuk kemudian diolah jawaban respondennya. Proses pengolahan data dimulai dari penentuan populasi dan sampel penelitian, lalu menyebarkan kuesioner kemudian melakukan serangkaian uji penelitian, mulai dari uji karakteristik responden, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik sampai dengan uji regresi sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, pada tahap uji validitas diketahui bahwa dari 28 indikator yang digunakan, terdapat satu indikator yang tidak valid, yaitu hasil absensi. Namun, indikator ini tetap dipertahankan dikarenakan faktor kehadiran mempengaruhi besarnya pemberian kompensasi. Pada tahap uji normalitas, diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk variabel pemberian kompensasi (X) dan motivasi (Y1) sebesar $0,20 > 0,05$, dengan demikian dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal. Sedangkan, untuk nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* untuk variabel loyalitas (Y2) sebesar $0,01 < 0,05$, dengan demikian dapat dikatakan data tersebut berdistribusi tidak normal. Pada tahap uji heteroskedastisitas, menggunakan grafik *Scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak, baik tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi motivasi dan loyalitas berdasarkan masukan variabel pemberian kompensasi. Pada tahap uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel motivasi (Y1) dan loyalitas (Y2) masing-masing sebesar $1,00 < 5$, dengan demikian dapat dikatakan pada model regresi tidak ditemukan adanya multikolinieritas. Dan pada tahap uji regresi sederhana, dari hasil uji F dan uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh pada pemberian kompensasi terhadap peningkatan motivasi yang cukup signifikan dengan arah yang positif, sedangkan untuk pemberian kompensasi tidak berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas kerja karyawan.

Kata Kunci : PT. Agung Automall, pengaruh pemberian kompensasi, peningkatan motivasi dan peningkatan loyalitas karyawan.

ABSTRACT

The purpose of this study, to determine the level of compensation to the effect of increased motivation and loyalty of employees to PT.AGUNG Automall.

This research was done by using simple regression method with the classical assumption. Stages of research through survey method by distributing questionnaires to a number of samples which have been determined and processed respondent answers. The processing of the data starts from the determination pupulasi and sample, and then deploy the questionnaire then conducted a series of research trials, ranging from the test characteristics of respondents, validity, reliability, classical assumption up with a simple regression test.

Based on the results of the study, the test phase is known that the validity of the 28 indicators used, there is one indicator that is not valid, that is the result of absences. However, this indicator is maintained due to the presence of factors influence the amount of compensation. At this stage of normality test, it is known that the value Asymp. Sig. (2-tailed) for variable compensation (X) and motivation (Y1) $0.20 > 0.05$, thus it can be said that the data are normally distributed. Whereas, for the value Asymp. Sig. (2-tailed) for the loyalty variable (Y2) of $0.01 < 0.05$, thus it can be said that data distribution is not normal. In the test phase heteroskedastisitas, using Scatterplot graph, it appears that the dots scattered randomly, well spread both above and below zero on the axis Y. With this it can be concluded that there is no heteroscedasticity in the regression model, so the regression model unfit for predict motivation and loyalty based on the input variable compensation. In the test phase multikolinieritas known that VIF for motivation variable (Y1) and loyalty (Y2) respectively of $1.00 < 5$, can thus be said to be on the regression model did not reveal any multikolinieritas. And at the stage of simple regression test, the results of the F test and t test is known that there is an influence on compensation for a significant increase in motivation with positive direction, while the compensation does not affect the improvement of employee loyalty.

Keywords: PT. Agung Automall, the effect of compensation, increased motivation and increased employee loyalty.