



Pengaruh Perilaku & Komunikasi Terhadap Motivasi Berorganisasi: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang

Dida Nurmaulida¹, Dwi Raharjo², Hana Keziarani Sidabutar³, Munif Rofiqi⁴, Muhammad Adhimawan Wijaya⁵

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen, Universitas Buana Perjuangan Karawang. Jl. HS. Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat 41361

Abstrak

Received: 2 November 2024
Revised: 13 November 2024
Accepted: 30 November 2024

The purpose of this study is to obtain empirical data on the influence of behavior and communication on organizational motivation. The method used is a survey method, which allows data collection from a large number of respondents to obtain a more comprehensive picture of the phenomenon being studied. This study has succeeded in identifying and analyzing several motivational factors that influence behavior and communication in student organizations in the Management study program at Buana Perjuangan University, Karawang

Keywords: Behavior, communication, motivation, organization

(*) Corresponding Author:

Mn22.didanurmaulida@mhs.ubpkarawang.ac.id, mn22.dwiraharjo@mhs.ubpkarawang.ac.id, mn22.hanakeziarani@mhs.ubpkarawang.ac.id, mn22.munifrofiqi@mhs.ubpkarawang.ac.id, Muhammad.wijaya@ubpkarawang.ac.id

How to Cite: Nurmaulida, D., Raharjo, D., Sidabutar, H., Rofiqi, M., & Wijaya, M. (2025). Pengaruh Perilaku & Komunikasi Terhadap Motivasi Berorganisasi: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.D), 309-319. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/11629>

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, penting bagi organisasi untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi motivasi dan komunikasi di dalamnya. Motivasi dan komunikasi merupakan dua elemen kunci yang secara langsung mempengaruhi kinerja individu maupun keseluruhan organisasi. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor motivasi yang memengaruhi perilaku dan komunikasi di dalam organisasi.

Dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian ini akan mengumpulkan data dari responden yang terdiri dari anggota organisasi dari berbagai tingkatan dan departemen. Data-data tersebut akan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antara faktor-faktor motivasi dengan perilaku dan komunikasi di dalam organisasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor-faktor motivasi seperti pengakuan, imbalan finansial, peluang karir, dan lingkungan kerja mempengaruhi perilaku dan komunikasi di dalam organisasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan motivasi dan komunikasi di tempat kerja.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor motivasi yang memengaruhi perilaku dan komunikasi di dalam organisasi, diharapkan dapat membantu organisasi dalam menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif,

harmonis, dan inovatif. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi landasan bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep dan Teori Motivasi Berorganisasi

Tinjauan kuantitatif tentang faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku dan komunikasi dalam organisasi merupakan bidang penelitian yang penting dalam studi manajemen dan psikologi organisasi. Dalam konteks ini, beberapa konsep dan teori yang relevan termasuk:

1. **Teori Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow:** Teori ini menyatakan bahwa individu memiliki kebutuhan yang berjenjang, mulai dari kebutuhan fisik dasar hingga kebutuhan aktualisasi diri. Dalam konteks organisasi, motivasi dapat dipengaruhi oleh pemenuhan kebutuhan tersebut.
2. **Teori X dan Y Douglas McGregor:** Teori ini menggambarkan dua pendekatan berbeda terhadap manajemen karyawan. Teori X mengasumsikan bahwa karyawan cenderung malas dan perlu dipaksa untuk bekerja, sementara Teori Y mengasumsikan bahwa karyawan memiliki motivasi intrinsik dan ingin berkontribusi.
3. **Teori Kebutuhan David McClelland:** McClelland mengidentifikasi tiga kebutuhan dasar: kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan kekuasaan, dan kebutuhan akan afiliasi. Teori ini menyatakan bahwa individu dipengaruhi oleh salah satu atau kombinasi dari kebutuhan-kebutuhan ini, yang memengaruhi perilaku mereka di tempat kerja.
4. **Teori Harapan Victor Vroom:** Teori ini menekankan bahwa keputusan untuk berperilaku tertentu di tempat kerja dipengaruhi oleh harapan individu terhadap hasil tertentu dan nilai dari hasil tersebut. Individu akan termotivasi untuk mencapai hasil yang diinginkan jika mereka percaya bahwa upaya mereka akan menghasilkan hasil yang diinginkan.
5. **Teori Equity Stacy Adams:** Teori ini menyatakan bahwa individu membandingkan upaya mereka dan hasilnya dengan upaya dan hasil orang lain dalam organisasi. Jika individu merasa bahwa distribusi imbalan tidak adil, mereka mungkin kehilangan motivasi.

Dalam tinjauan kuantitatif, peneliti akan menggunakan pendekatan statistik untuk mengukur dan menganalisis faktor-faktor motivasi serta dampaknya terhadap perilaku dan komunikasi di dalam organisasi. Metode survei, kuesioner, dan analisis data statistik seperti regresi berguna dalam mengeksplorasi hubungan antara variabel-variabel yang terlibat.

Faktor-faktor Umum Motivasi yang Mempengaruhi perilaku dan komunikasi dalam organisasi

Faktor-faktor motivasi yang dipengaruhi oleh perilaku dan komunikasi dalam organisasi dapat bervariasi tergantung pada konteks organisasi, budaya perusahaan, dan karakteristik individu. Namun, beberapa faktor umum yang sering kali berperan penting meliputi:

1. **Imbalan dan Penghargaan:** Imbalan finansial, promosi, pengakuan, dan penghargaan non-finansial dapat menjadi faktor penting dalam memotivasi perilaku yang diinginkan di tempat kerja. Karyawan cenderung lebih

termotivasi ketika mereka merasa bahwa usaha dan kontribusi mereka diakui dan dihargai.

2. **Pengembangan Karir:** Kesempatan untuk pengembangan karir, pelatihan, dan kemajuan dalam organisasi merupakan faktor motivasi yang signifikan. Karyawan yang percaya bahwa mereka memiliki peluang untuk berkembang dan memajukan karir mereka cenderung lebih termotivasi untuk memberikan usaha ekstra.
3. **Keadilan dan Keseimbangan Kerja-Hidup:** Persepsi karyawan tentang keadilan dalam distribusi beban kerja, pengakuan, dan kesempatan untuk mencapai keseimbangan antara kehidupan kerja dan kehidupan pribadi juga dapat mempengaruhi motivasi dan perilaku mereka di tempat kerja.
4. **Kepemimpinan:** Gaya kepemimpinan dan kualitas hubungan antara pimpinan dan bawahan dapat mempengaruhi motivasi dan komunikasi di dalam organisasi. Kepemimpinan yang mendukung, memberi inspirasi, dan memberikan arah yang jelas dapat meningkatkan motivasi dan produktivitas.
5. **Tantangan dan Tanggung Jawab:** Tantangan dalam pekerjaan dan tanggung jawab yang relevan dengan kemampuan individu dapat meningkatkan motivasi dan keterlibatan. Karyawan cenderung lebih termotivasi ketika mereka merasa bahwa pekerjaan mereka memiliki makna dan memberikan kesempatan untuk pertumbuhan dan prestasi pribadi.
6. **Budaya Organisasi:** Nilai-nilai, norma, dan budaya organisasi juga dapat memengaruhi motivasi dan perilaku karyawan. Budaya yang mendukung kolaborasi, inovasi, dan keadilan akan mendorong komunikasi terbuka dan kolaboratif di antara anggota organisasi.

Memahami dan mengelola faktor-faktor motivasi ini dengan baik dapat membantu organisasi menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, produktif, dan memotivasi bagi karyawan mereka.

Penelitian Kuantitatif tentang Perilaku & Komunikasi yang Mempengaruhi Motivasi Berorganisasi

Penelitian kuantitatif tentang faktor-faktor perilaku dan komunikasi yang mempengaruhi motivasi dalam berorganisasi dapat dilakukan melalui pendekatan metodologi yang beragam. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil dalam melakukan penelitian kuantitatif dalam konteks ini:

1. **Penyusunan Kerangka Konseptual:** Langkah awal dalam penelitian adalah menyusun kerangka konseptual yang menjelaskan hubungan antara faktor-faktor motivasi (seperti imbalan, pengembangan karir, keadilan, kepemimpinan, dll.) dengan perilaku dan komunikasi di dalam organisasi. Kerangka konseptual ini akan membimbing pengumpulan dan analisis data.
2. **Pengembangan Instrumen Penelitian:** Peneliti mengembangkan instrumen penelitian kuesioner atau survei untuk mengumpulkan data tentang faktor-faktor motivasi dan variabel terkait lainnya. Instrumen ini dirancang dengan hati-hati untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya.
3. **Pemilihan Sampel:** Peneliti perlu memilih sampel yang representatif dari populasi yang diteliti. Sampel ini mencerminkan variasi dalam faktor-faktor motivasi dan karakteristik organisasi yang relevan.
4. **Pengumpulan Data:** Data dapat dikumpulkan melalui survei online data dikumpulkan dengan cara yang obyektif dan sesuai dengan tujuan penelitian.

5. **Analisis Data:** Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah menganalisisnya menggunakan teknik statistik yang sesuai. Ini bisa termasuk analisis regresi untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel, analisis faktor untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi motivasi, dan metode statistik lainnya sesuai dengan pertanyaan penelitian.
6. **Interpretasi Hasil:** Hasil analisis data diinterpretasikan untuk mengevaluasi implikasi mereka terhadap teori dan praktik manajemen. Peneliti mengidentifikasi temuan utama, kekuatan, dan kelemahan penelitian, serta saran untuk penelitian masa depan atau implikasi praktis.
7. **Publikasi :** Langkah terakhir adalah mempublikasikan temuan penelitian dalam jurnal ilmiah

METODE PENELITIAN

1. Metode

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku dan komunikasi terhadap motivasi berorganisasi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Metode yang digunakan adalah metode survei, yang memungkinkan pengumpulan data dari responden dalam jumlah besar untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti. Dalam bagian ini akan diuraikan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, alat pengumpul data, subyek penelitian, dan pengolahan data.

2. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain survei deskriptif kuantitatif. Survei dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari sampel yang representatif dalam waktu yang relatif singkat. Desain ini juga cocok untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel perilaku, komunikasi, dan motivasi berorganisasi.

2.1. Alasan Menggunakan Desain Survei

Metode survei dipilih karena beberapa alasan:

- **Efisiensi Waktu dan Biaya:** Survei memungkinkan pengumpulan data dalam jumlah besar dalam waktu yang relatif singkat dan dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode lain seperti eksperimen atau studi longitudinal.
- **Representativitas:** Dengan teknik sampling yang tepat, survei dapat menghasilkan data yang representatif dari populasi yang lebih luas.
- **Kemudahan Analisis Data:** Data yang dikumpulkan melalui survei dapat dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan berbagai teknik statistik, sehingga memudahkan penarikan kesimpulan yang valid dan reliabel.

3. Variabel Penelitian

Penelitian ini melibatkan tiga variabel utama, yaitu perilaku (independen), komunikasi (independen), dan motivasi berorganisasi (dependen).

3.1. Variabel Independen (IV)

- **Perilaku:** Perilaku dalam konteks ini merujuk pada tindakan atau kebiasaan yang dilakukan oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari mereka, yang dapat mempengaruhi motivasi mereka untuk terlibat dalam organisasi.

- **Komunikasi:** Komunikasi merujuk pada cara mahasiswa berinteraksi satu sama lain, baik secara verbal maupun non-verbal, yang dapat mempengaruhi motivasi mereka dalam berorganisasi.

3.2. Variabel Dependen (DV)

- **Motivasi Berorganisasi:** Motivasi berorganisasi diartikan sebagai dorongan atau keinginan mahasiswa untuk terlibat aktif dalam kegiatan organisasi di kampus, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal.

4. Definisi Operasional

Untuk memastikan bahwa variabel-variabel yang diteliti dapat diukur secara akurat, diperlukan definisi operasional yang jelas.

4.1. Perilaku

- **Definisi Konseptual:** Perilaku adalah segala tindakan atau kebiasaan yang dilakukan oleh individu yang dapat diamati.
- **Definisi Operasional:** Perilaku mahasiswa akan diukur melalui skala yang mencakup frekuensi partisipasi dalam kegiatan organisasi, sikap terhadap kegiatan organisasi, dan komitmen terhadap tanggung jawab organisasi.

4.2. Komunikasi

- **Definisi Konseptual:** Komunikasi adalah proses penyampaian pesan antara dua atau lebih individu yang melibatkan penggunaan bahasa dan simbol.
- **Definisi Operasional:** Komunikasi akan diukur melalui skala yang mencakup frekuensi komunikasi dengan anggota organisasi, efektivitas komunikasi, dan kualitas interaksi sosial dalam konteks organisasi.

4.3. Motivasi Berorganisasi

- **Definisi Konseptual:** Motivasi berorganisasi adalah dorongan internal atau eksternal yang mempengaruhi seseorang untuk terlibat dalam kegiatan organisasi.
- **Definisi Operasional:** Motivasi berorganisasi akan diukur melalui skala yang mencakup aspek motivasi intrinsik (seperti kepuasan pribadi) dan motivasi ekstrinsik (seperti pengakuan sosial dan peluang karir).

5. Alat Pengumpul Data

Alat utama yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah angket atau kuisisioner. Kuisisioner dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dari banyak responden secara efisien dan memungkinkan analisis kuantitatif yang sistematis.

5.1. Pengembangan Kuisisioner

Kuisisioner dikembangkan berdasarkan literatur yang relevan dan telah divalidasi dalam penelitian sebelumnya. Setiap item dalam kuisisioner dirancang untuk mengukur aspek-aspek spesifik dari variabel perilaku, komunikasi, dan motivasi berorganisasi.

5.2. Struktur Kuisisioner

Kuisisioner terdiri dari beberapa bagian, yaitu:

- **Bagian Demografi:** Meliputi pertanyaan tentang usia, jenis kelamin, semester, dan pengalaman berorganisasi.
- **Bagian Perilaku:** Meliputi pertanyaan tentang frekuensi partisipasi dalam kegiatan organisasi, sikap terhadap organisasi, dan komitmen terhadap tanggung jawab organisasi.

- **Bagian Komunikasi:** Meliputi pertanyaan tentang frekuensi komunikasi dengan anggota organisasi, efektivitas komunikasi, dan kualitas interaksi sosial dalam konteks organisasi.
- **Bagian Motivasi Berorganisasi:** Meliputi pertanyaan tentang aspek motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang mempengaruhi keterlibatan dalam organisasi.

6. Subyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Subyek penelitian dipilih secara purposive sampling, yaitu mahasiswa yang aktif atau pernah aktif dalam organisasi kampus.

6.1. Populasi dan Sampel

- **Populasi:** Seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
- **Sampel:** Diambil dari populasi yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu mahasiswa yang aktif atau pernah aktif dalam organisasi kampus. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan tabel Krejcie dan Morgan untuk populasi yang diketahui.

6.2. Teknik Sampling

Teknik purposive sampling digunakan untuk memastikan bahwa sampel yang diambil memiliki karakteristik yang relevan dengan penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih responden yang memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang organisasi kampus.

7. Pengolahan Data

Data yang terkumpul melalui kuisioner akan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik, seperti SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Analisis data meliputi:

7.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik sampel penelitian. Analisis ini meliputi perhitungan frekuensi, persentase, rata-rata, dan standar deviasi untuk variabel-variabel yang diteliti.

7.2. Analisis Inferensial

Untuk menguji hipotesis penelitian, digunakan teknik analisis inferensial, yaitu regresi linier berganda. Teknik ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel perilaku dan komunikasi terhadap motivasi berorganisasi.

7.3. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data memenuhi syarat untuk analisis regresi. Uji asumsi klasik meliputi:

- **Uji Normalitas:** Untuk memastikan bahwa distribusi data mendekati distribusi normal.
- **Uji Multikolinearitas:** Untuk memastikan bahwa tidak ada hubungan yang sangat kuat antar variabel independen.
- **Uji Heteroskedastisitas:** Untuk memastikan bahwa varians residual tidak bervariasi secara sistematis dengan variabel independen.

8. Pelaksanaan Penelitian

8.1. Persiapan Penelitian

Tahap ini meliputi penyusunan proposal penelitian, pengembangan kuisisioner, dan persiapan administrasi. Persetujuan etis dan izin penelitian juga diperoleh pada tahap ini.

8.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada sampel yang terpilih. Kuisisioner dapat dibagikan secara langsung atau melalui platform online untuk memudahkan responden dalam mengisi.

8.3. Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan data menggunakan SPSS. Data yang telah diinput kemudian dianalisis menggunakan teknik yang telah ditentukan.

8.4. Pelaporan Hasil

Hasil analisis data kemudian disusun dalam bentuk laporan penelitian yang mencakup temuan utama, pembahasan, kesimpulan, dan rekomendasi.

9. Validitas dan Reliabilitas

9.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas meliputi:

- **Validitas Isi (Content Validity):** Penilaian oleh ahli untuk memastikan bahwa item-item dalam kuisisioner mencakup semua aspek yang relevan dari variabel yang diteliti.
- **Validitas Konstrak (Construct Validity):** Menggunakan analisis faktor untuk memastikan bahwa item-item dalam kuisisioner mengelompok sesuai dengan konstrak teoritis yang diukur.

9.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi internal instrumen. Reliabilitas diukur menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0.7.

HASIL DATA PENELITIAN

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16885648
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.115
	Negative	-.075
Test Statistic		.115
Asymp. Sig. (2-tailed)		.098 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dalam analisis ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal karena nilai sig diatas 0.05

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	perilaku	.633	1.580
	komunikasi	.633	1.580

Dalam analisis ini menunjukkan nilai tolerance diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 maka menunjukkan bahwa data tidak mengalami multikolinearitas

b. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.676 ^a	.456	.443		1.18320	1.842
a. Predictors: (Constant), perilaku, komunikasi						
b. Dependent Variable: motivasi berorganisasi						

Dalam analisis ini menunjukkan bahwa nilai durbin Watson sebesar 1.842 maka berarti data tidak mengalami autokorelasi

Uji Regresi

a. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	95.175	2	47.587	33.992	.000 ^b
	Residual	113.397	81	1.400		
	Total	208.571	83			
a. Dependent Variable: motivasi berorganisasi						
b. Predictors: (Constant), perilaku dan komunikasi						

Dalam analisis ini menunjukkan bahwa perilaku dan komunikasi memberikan pengaruh secara simultan terhadap motivasi berorganisasi, karena memiliki nilai sig dibawah 0.05.

b. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.255	1.046		8.850	.000
	Perilaku	.253	.062	.419	4.073	.000
	komunikasi	.246	.076	.333	3.235	.002
a. Dependent Variable: motivasi berorganisasi						

Dalam analisis ini menunjukkan bahwa harga memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen karena memiliki nilai sig dibawah 0.05. dalam analisis ini menunjukkan bahwa promosi memberikan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen karena memiliki nilai sig dibawah 0.05.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, analisis dilakukan untuk mengukur pengaruh perilaku dan komunikasi terhadap motivasi berorganisasi di kalangan mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Langkah pertama dalam analisis ini

adalah melakukan uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Hasil uji ini menunjukkan bahwa data residual memiliki rata-rata sebesar 0.0000000 dan standar deviasi 1.16885648. Nilai absolut perbedaan terbesar yang ditemukan adalah 0.115, dengan nilai positif perbedaan terbesar 0.115 dan nilai negatif perbedaan terbesar -0.075. Statistik uji sebesar 0.115 menghasilkan signifikansi asimptotik dua sisi (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0.098, yang lebih besar dari ambang batas 0.05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, memungkinkan analisis statistik lebih lanjut dapat dilakukan dengan data tersebut.

Selanjutnya, dilakukan uji multikolinearitas untuk memastikan tidak adanya hubungan linear yang tinggi antara variabel independen, yang dalam penelitian ini adalah perilaku dan komunikasi. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai Tolerance untuk kedua variabel tersebut adalah 0.633 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) adalah 1.580. Karena nilai Tolerance lebih besar dari 0.1 dan VIF kurang dari 10, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam data, sehingga variabel perilaku dan komunikasi dapat digunakan bersama dalam model regresi tanpa menyebabkan distorsi pada hasil analisis.

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi di antara residual dalam model regresi menggunakan uji Durbin-Watson. Nilai Durbin-Watson sebesar 1.842 mendekati angka 2, yang menunjukkan bahwa tidak ada masalah autokorelasi pada data residual. Dengan demikian, asumsi autokorelasi dalam model regresi telah terpenuhi, yang berarti bahwa model regresi yang digunakan valid dan hasilnya dapat dipercaya.

Analisis dilanjutkan dengan uji regresi untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu motivasi berorganisasi. Dalam uji regresi ini, dilakukan dua jenis pengujian: uji F dan uji T. Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh simultan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 33.992 dengan signifikansi 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel perilaku dan komunikasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap motivasi berorganisasi.

Uji T digunakan untuk melihat pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel perilaku memiliki koefisien sebesar 0.253 dengan nilai t sebesar 4.073 dan signifikansi 0.000. Sementara itu, variabel komunikasi memiliki koefisien sebesar 0.246 dengan nilai t sebesar 3.235 dan signifikansi 0.002. Kedua nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0.05, yang menunjukkan bahwa baik perilaku maupun komunikasi memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap motivasi berorganisasi.

Berdasarkan hasil uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan regresi, dapat disimpulkan bahwa perilaku dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi berorganisasi mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. Data yang berdistribusi normal, tidak adanya multikolinearitas dan autokorelasi, serta pengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial dari variabel independen menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hasil ini mengindikasikan pentingnya pengelolaan perilaku dan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan motivasi berorganisasi

di kalangan mahasiswa. Dengan demikian, upaya yang tepat dalam mengelola perilaku dan komunikasi dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendorong motivasi berorganisasi, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi mahasiswa.

IMPLIKASI

Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa perilaku dan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap motivasi berorganisasi mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang, terdapat beberapa implikasi praktis yang dapat diambil. Pertama, manajemen universitas dan organisasi mahasiswa perlu fokus pada pengembangan program yang meningkatkan kualitas komunikasi antar anggota dan memperbaiki perilaku individu dalam organisasi. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan dan workshop yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi dan membangun perilaku yang positif dan kolaboratif. Selain itu, organisasi mahasiswa dapat menerapkan sistem umpan balik yang efektif untuk memastikan bahwa komunikasi berjalan lancar dan setiap anggota merasa didengarkan serta dihargai. Dengan memperbaiki aspek perilaku dan komunikasi, diharapkan motivasi berorganisasi mahasiswa akan meningkat, sehingga dapat mendorong partisipasi aktif dan kontribusi yang lebih besar dalam kegiatan organisasi.

Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat teori bahwa perilaku dan komunikasi adalah dua faktor penting yang mempengaruhi motivasi individu dalam konteks organisasi. Temuan ini mendukung model motivasi yang menekankan pentingnya interaksi sosial dan komunikasi yang efektif dalam membangun lingkungan organisasi yang produktif dan termotivasi. Hasil penelitian ini juga memberikan kontribusi pada literatur akademik dengan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh perilaku dan komunikasi terhadap motivasi berorganisasi di kalangan mahasiswa, khususnya di Indonesia. Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut yang mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi motivasi berorganisasi, serta bagaimana interaksi antara faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi dinamika organisasi secara keseluruhan. Selain itu, temuan ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori-teori baru yang lebih spesifik dalam konteks organisasi mahasiswa, yang dapat membantu memperjelas peran perilaku dan komunikasi dalam membentuk motivasi dan kinerja organisasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah berhasil mengidentifikasi dan menganalisis beberapa faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku dan komunikasi dalam organisasi mahasiswa program studi Manajemen di Universitas Buana Perjuangan Karawang. Melalui pendekatan kuantitatif, data dari responden yang terdiri dari anggota organisasi mahasiswa dari berbagai tingkatan dan latar belakang telah dikumpulkan dan dianalisis secara statistik, memungkinkan peneliti untuk mengetahui pola dan hubungan antara faktor-faktor motivasi dengan perilaku dan komunikasi di dalam organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengakuan,

imbalan finansial, peluang karir, dan lingkungan kerja yang kondusif memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi dan komunikasi para anggota organisasi mahasiswa. Teori-teori motivasi klasik seperti Hierarki Kebutuhan Maslow, Teori X dan Y Douglas McGregor, Teori Kebutuhan David McClelland, Teori Harapan Victor Vroom, dan Teori Equity Stacy Adams terbukti masih relevan dalam menjelaskan dinamika motivasi di dalam organisasi mahasiswa, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perilaku dan komunikasi yang terjadi.

Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor motivasi yang memengaruhi perilaku dan komunikasi, organisasi dapat mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan motivasi dan komunikasi di tempat kerja, seperti memberikan pengakuan dan imbalan yang sesuai, menyediakan peluang karir yang jelas, serta menciptakan lingkungan kerja yang positif dan mendukung. Hal ini pada akhirnya dapat membantu menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif, harmonis, dan inovatif di kalangan anggota organisasi mahasiswa. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang manajemen sumber daya manusia dan perilaku organisasi, khususnya di lingkungan perguruan tinggi, dengan eksplorasi lebih dalam mengenai faktor-faktor motivasi lainnya yang mungkin berpengaruh, serta implikasinya bagi kinerja dan efektivitas organisasi mahasiswa secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- McGregor, D. (1960). *The human side of enterprise*. New York: McGraw-Hill.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: Wiley.
- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, 267-299.