

**PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, ORIENTASI LAYANAN, DAN
EFIKASI DIRI SAAT MAGANG TERHADAP KEPUASAN INDUSTRI DAN
MINAT BERKARIR DI INDUSTRI PERHOTELAN: STUDI KASUS PADA
MAHASISWA MANAJEMEN PERHOTELAN UNIVERSITAS X**

Sheila Belinda, Feliciani Sumarto, Deborah C. Widjaja*

Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan
Ekonomi Universitas Kristen Petra, Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: d11180216@john.petra.ac.id; d11180302@john.petra.ac.id; 3

widjaja@petra.ac.id

*Penulis korespondensi

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kecerdasan emosional, orientasi layanan, dan efikasi diri saat magang terhadap kepuasan industri dan minat berkarir mahasiswa Manajemen Perhotelan Universitas X. Penelitian kuantitatif ini menggunakan jawaban responden dari 46 kuesioner yang valid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan industri, namun kecerdasan emosional dan efikasi diri saat magang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan industri. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan pula bahwa kepuasan industri memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkarir.

Kata kunci: kecerdasan emosional, orientasi layanan, efikasi diri, mahasiswa magang, kepuasan industri, minat berkarir.

Abstract

This study was conducted with the aim to determine the effect of emotional intelligence, service orientation, and internship efficacy towards industry satisfaction and career intention of Hotel Management students at X University. This quantitative study used respondents' answers from 46 valid questionnaires. The results showed that service orientation had a positive and significant effect on industry satisfaction, but emotional intelligence and internship efficacy did not have a significant effect on industry satisfaction. Furthermore, the results of the study also show that industry satisfaction has a positive and significant effect on career intention.

Keywords: *emotional intelligence, service orientation, internship efficacy, industry satisfaction, career intention*

PENDAHULUAN

Sebelum adanya pandemi Covid-19 yang memberikan dampak negatif kepada industri perhotelan dan pariwisata secara hebat, industri perhotelan merupakan salah satu industri yang memiliki perkembangan yang pesat di dunia (Yahoo! Finance, 2021). Perkembangan itu juga ditunjukkan dengan bagaimana industri perhotelan dan pariwisata sendiri telah memberikan kontribusi besar bagi perekonomian dunia, hal ini didukung dengan pernyataan dari EHL Insights yang menyebutkan mengenai perhitungan dari *World Travel and Tourism Council* (WTTC), di mana dinyatakan bahwa industri perhotelan dan pariwisata berkontribusi sebesar 8.8 triliun USD untuk ekonomi global tahun 2018, yaitu 10.4% dari total PDB dunia. Penurunan industri perhotelan dan pariwisata pada tahun 2020 dapat menyebabkan kerugian lebih dari 2 triliun USD dalam PDB global, yaitu lebih dari 2% dari PDB dunia pada tahun 2019. (EHL Insights, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa kecerdasan emosional, orientasi layanan, dan efikasi diri saat magang merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat berkarir di industri perhotelan, diikuti pula dengan fenomena pada mahasiswa Manajemen Perhotelan Universitas X, maka peneliti ingin mencari tahu lebih lanjut apakah ketiga faktor tersebut dapat berpengaruh langsung pada kepuasan industri yang lalu kepuasan industri dapat mempengaruhi minat mahasiswa Manajemen Perhotelan Universitas X untuk berkarir di industri perhotelan.

Oleh karena melalui pelatihan magang, mahasiswa dapat langsung melihat kondisi industri perhotelan sehingga mengerti realita industri yang sesungguhnya. Penelitian ini diadopsi

pula dari penelitian “*Understanding Students’ Intentions to Join the Hospitality Industry: The Role of Emotional Intelligence, Service Orientation, and Industry Satisfaction*” (Chang et al., 2014) yang meneliti melalui mahasiswa yang sudah mengikuti pelatihan magang, di mana mahasiswa lebih bisa merasakan pengaruh dari ketiga faktor tersebut melalui variabel mediasi kepuasan industri.

TINJAUAN PUSTAKA

Kecerdasan Emosional

Kecerdasan emosional mengacu pada kemampuan untuk menyadari dan memahami informasi emosional, serta kemampuan untuk menghasilkan dan mengatur emosi yang mendorong pertumbuhan emosional dan intelektual (Kim et al., 2011). Menurut Salovey & Mayer (2004), kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang untuk mengenali, menggunakan dan mengekspresikan emosinya dengan baik. Seseorang dengan kecerdasan emosional yang tinggi dapat meregulasi emosinya untuk mendorong pertumbuhan emosional dan intelektual. Seseorang yang memiliki tingkat kecerdasan emosional lebih tinggi dapat merasakan informasi berbasis emosi, serta dapat mengerti dan mengatur emosinya sendiri dan orang lain, sehingga meningkatkan kompetensi pribadi dan sosial (Chang et al., 2014).

Orientasi Layanan

Menurut Hogan et al. (1984), orientasi layanan seseorang adalah sekumpulan sikap dan perilaku yang mempengaruhi kualitas interaksi antara karyawan organisasi dan pelanggannya. Lalu Cran (1994) mendefinisikan orientasi layanan sebagai kecenderungan dasar seseorang untuk memberikan layanan, bersikap sopan,

dan membantu dalam berurusan dengan pelanggan dan rekan kerjanya. Selain itu, seseorang dengan orientasi layanan biasanya akan lebih siap membantu tamu, terutama dalam hal pemecahan masalah (*problem-solving*) dan memenuhi kebutuhan tamu (Gwinner et al., 2005). Orientasi layanan dalam industri perhotelan dan pariwisata didefinisikan oleh Kusluvan & Eren (2011) sebagai semua karakteristik dari seseorang yang muncul sebagai hasil interaksi dan kombinasi sifat kepribadian alami dan pengalaman belajar, termasuk memiliki keinginan dan kemampuan untuk memberikan layanan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhannya, serta kemampuan untuk membangun komunikasi yang efektif dengan pelanggan dan melakukannya dengan senang hati (dalam Köşker et al., 2018).

Karyawan yang berorientasi pada layanan adalah mereka yang termotivasi dan menikmati pekerjaannya serta memiliki keterampilan teknis dan sosial untuk memberikan layanan yang berkualitas (Hennig-Thurau, 2004).

Efikasi Diri saat Magang

Efikasi diri adalah kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengontrol fungsi dirinya dan kejadian di lingkungan sekitarnya (Bandura, 2010). Dengan kata lain, efikasi diri adalah bagaimana seseorang merasakan sesuatu, berpikir, memotivasi diri, dan berperilaku (Bandura, 2010). Meskipun antar individu memiliki kemampuan yang sama namun jika efikasi diri berbeda, maka perilaku yang dihasilkan dapat berbeda juga. Hal ini disebabkan karena efikasi diri mempengaruhi pilihan, tujuan, bagaimana cara mengatasi masalah, dan ketekunan seseorang dalam berusaha (Judge & Erez dalam

Ghufron, 2010). Saat magang mahasiswa dapat menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang selama ini telah dipelajari untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi di industri (Sumardiono, 2014). Melalui kegiatan magang, mahasiswa bisa mengetahui lingkungan industri sebenarnya yang mungkin tidak diduga selama masa perkuliahan. Selain itu, mahasiswa juga dapat menambah pengetahuan yang berhubungan dengan pengalaman kerja yang sesungguhnya karena mahasiswa bekerja sebagai tenaga kerja di instansi atau perusahaan tertentu (Rusidi, 2006).

Kepuasan Industri

Kepuasan industri dapat diartikan sebagai hasil penilaian seseorang terhadap pekerjaannya di industri secara keseluruhan Chang et al. (2014) mengambil istilah kepuasan industri dari konsep kepuasan kerja, di mana kepuasan kerja adalah respons dan perilaku seseorang terhadap pekerjaannya yang diukur dengan penilaian mengenai karakteristik pekerjaan, respons emosional terhadap kejadian-kejadian yang muncul dalam pekerjaan tersebut, serta cara berperilaku dalam bekerja (Locke, 1976). Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Nelson & Quick (2006), yaitu kepuasan kerja merupakan suatu kondisi emosional yang positif dan menyenangkan yang muncul dari penilaian terhadap pekerjaan seseorang. Menurut Judge et al. (2009), kepuasan kerja merupakan pengukuran terhadap persepsi seseorang terhadap penghargaan, peristiwa kerjanya di masa lalu, serta kesan saat ini terhadap suatu pekerjaan.

Greenberg & Baron (2003) mengatakan bahwa terdapat dua faktor kepuasan kerja, yaitu faktor yang berkaitan dengan individu dan faktor yang

berkaitan dengan lingkungan. Faktor yang berkaitan dengan individu berasal dari dalam diri seseorang.

Minat Berkarir

Sukardi (1984) mengemukakan bahwa minat merupakan campuran dari perasaan, harapan, prasangka, dan kecenderungan lain yang bisa mengarahkan seseorang kepada suatu pilihan tertentu. Minat membuat seseorang merasa tertarik pada bidang tertentu, sehingga ia merasa senang melakukan kegiatan yang berhubungan dengan bidang tersebut (Winkel & Hastuti, 2007). Minat seseorang bisa berubah setiap waktu, tergantung pada kondisi dari dalam diri seseorang seperti fisik, mental, dan emosi, serta dari perubahan lingkungan di sekitarnya (Andriyani, 2013). Sedangkan karir adalah urutan kegiatan yang berkaitan dengan pekerjaan seseorang selama hidupnya (Simamora, 2001). Menurut Ekaningrum (2002), karir adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan peran atau status seseorang dalam pekerjaannya.

Dari definisi-definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa minat berkarir merupakan perpaduan antara perasaan seseorang dengan kepribadiannya sehingga dapat mengarahkan seseorang kepada pilihan terhadap karir tertentu, yang nantinya pilihan ini berpengaruh pada kesuksesannya.

Hubungan Antara Kecerdasan Emosional dan Kepuasan Industri

Seperti yang kita ketahui, pekerjaan di industri perhotelan berbasis pada layanan sehingga harus berinteraksi dan melayani banyak orang setiap harinya. Untuk menyesuaikan dengan pekerjaan yang berbasis pada layanan diperlukan kepribadian yang sesuai, salah satunya adalah kecerdasan emosional. Karena saat bekerja di

industri perhotelan karyawan diharuskan untuk bertemu tamu dengan berbagai kepribadian, emosi, dan tuntutan yang berbeda, maka pekerjaan ini menantang secara emosional (Morris & Feldman, 1997).

Seseorang dengan kecerdasan emosional yang tinggi dapat dengan mudah membaca keadaan tamu sehingga dapat dengan mudah untuk membantu tamu (Kernbach & Schutte, 2005). Dengan kecerdasan emosional yang tinggi, seseorang dapat mengelola suasana hatinya menjadi positif. Orang tersebut juga dapat menolak pengaruh buruk yang berasal dari peristiwa negatif yang terjadi, seperti contohnya mendapat keluhan dari tamu (Schutte et al., 2002).

Saat sedang melayani tamu, karyawan yang memiliki kecerdasan emosional yang tinggi dapat mengelola emosinya dengan baik serta dapat lebih memahami emosinya sendiri dengan emosi tamu sehingga tercipta kepuasan tamu dan orang itu sendiri juga menjadi lebih puas dengan kinerjanya (Kernbach & Schutte, 2005). Karena itu seseorang dengan kecerdasan emosional yang tinggi lebih baik dalam memberikan pelayanan maupun pemulihan dari kegagalan layanan (Kim et al., 2011). Hal ini menyebabkan secara otomatis orang tersebut juga merasa lebih puas dengan industri yang digeluti, sama halnya dengan mahasiswa yang memiliki kecerdasan emosional tinggi saat melakukan pelatihan magang. Maka dari itu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kecerdasan emosional secara signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa Manajemen Perhotelan Universitas X terhadap industri perhotelan.

Hubungan Antara Orientasi Layanan dan Kepuasan Industri

Pekerjaan di industri perhotelan adalah pekerjaan yang berbasis pada layanan. Selain kecerdasan emosional, kepribadian lainnya yang sesuai dengan pekerjaan berbasis layanan adalah orientasi layanan. Seseorang dengan orientasi layanan yang tinggi akan lebih tertarik pada pekerjaan yang berbasis layanan (Schneider, 1987).

Orang yang memiliki orientasi layanan yang tinggi akan merasa bahwa pekerjaan yang berbasis pada layanan itu mirip dengan keyakinannya (Schneider, 1987). Hal ini didukung dengan pernyataan Yoo et al. (2000) yang mengatakan bahwa orientasi layanan di tingkat organisasi mempengaruhi tingkat kepuasan kerja karyawan. Donovan et al. (2004) juga menambahkan bahwa orientasi layanan meningkatkan kepuasan kerja, karena individu melakukan pekerjaan yang sesuai dengan kesukaannya untuk membantu orang lain. Hal ini juga dapat diaplikasikan kepada mahasiswa yang sedang menjalani pelatihan magang. Maka dari itu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Orientasi layanan secara signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa Manajemen Perhotelan Universitas X terhadap industri perhotelan.

Hubungan Antara Efikasi Diri saat Magang dan Kepuasan Industri

Efikasi diri merupakan kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya untuk sukses dalam mencapai sesuatu (Bandura, 2010). Orang yang memiliki efikasi diri yang tinggi memiliki ketahanan dan kontrol diri saat menghadapi kegagalan, upaya dalam pemecahan masalah, serta kinerja. Hal-hal tersebut berhubungan dengan kepuasan seseorang dalam

bekerja. Seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi yakin bahwa ia memiliki kemampuan yang cukup untuk melakukan dan menyelesaikan pekerjaan dengan lebih baik daripada seseorang dengan efikasi diri yang rendah (Ardiani, 2018).

Seseorang yang memiliki efikasi diri yang tinggi dapat mengatasi kesulitan dalam pekerjaan dengan lebih efektif, sehingga orang tersebut cenderung berpikir bahwa pekerjaannya lebih menyenangkan (Bradley & Roberts, 2004). Hal ini sesuai dengan pengertian kepuasan kerja yaitu keadaan afektif yang dihasilkan dari evaluasi seseorang terhadap pekerjaannya (Hartline & Ferrell, 1996). Jika saat magang mahasiswa memiliki efikasi diri yang tinggi, maka ia percaya diri untuk melakukan pekerjaannya maupun untuk menyelesaikan masalah yang ada. Sehingga mahasiswa jadi menikmati pekerjaannya saat magang dan menjadi puas dengan industri perhotelan. Maka dari itu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Efikasi diri saat magang secara signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa Manajemen Perhotelan Universitas X terhadap industri perhotelan.

Hubungan Kepuasan Industri terhadap Minat Berkarir

Kepuasan industri dapat diartikan sebagai hasil penilaian seseorang terhadap pekerjaannya di industri secara keseluruhan (Chang et al., 2014). Rasa kepuasan akan memperkuat niat mahasiswa untuk bergabung dengan industri setelah lulus (Kim & Park, 2013). Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ko (2007) juga membuktikan bahwa kepuasan kerja memberikan pengaruh secara positif terhadap kepercayaan diri akan karir. Di

mana Ko (2007) menyatakan, “kepuasan kerja merupakan penentu signifikan dari kepercayaan diri untuk karir masa depan di industri perhotelan.” Oleh karena itu, kepuasan industri diduga dapat mempengaruhi minat mahasiswa Manajemen Perhotelan Universitas X untuk berkarir

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif-asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner sebagai sarana untuk mengumpulkan data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan prosedur penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dengan menggunakan *google form* dimana kriteria yang ditentukan adalah mahasiswa manajemen Perhotelan Universitas X yang sedang menjalani magang minimal sudah 3 bulan, telah menyelesaikan magang minimal bulan setelahnya dan belum pernah bekerja.

Analisa Statistik Deskriptif Jawaban Responden

Variabel Kecerdasan Emosional (KE) memiliki nilai *mean* tertinggi (4.35) diikuti dengan Orientasi Layanan (4.65), Efikasi Diri saat Magang dengan *mean* (4.41), Kepuasan Industri dengan *mean* (4.43), dan Minat Berkarir dengan *mean* tertinggi (3.77). Di mana semakin tinggi nilai *mean*, maka semakin tinggi tingkat kesetujuan responden.

Measurement Model

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa semua nilai AVE dari Kecerdasan Emosional (KE), Orientasi Layanan (OL), Efikasi Diri saat Magang (EDM), Kepuasan Industri (KI), Minat Berkarir (MB) berkisar antara 0,58 – 0,74 yang berarti telah memenuhi syarat dari *convergent validity* yang harus berkisar antara 0.5 atau lebih dari 0,5.

di industri perhotelan. Maka dari itu dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Kepuasan industri secara signifikan mempengaruhi minat mahasiswa Manajemen Perhotelan Universitas X untuk berkarir di industri perhotelan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 32 orang (62.7%) sedangkan responden laki-laki sebanyak 19 orang (37.3%). Berdasarkan angkatan, sebagian besar responden merupakan mahasiswa angkatan 2017 sebanyak 48 orang (94.1%) dan angkatan 2016 sebanyak 4 orang (5.9%). Dan berdasarkan Status Mahasiswa, sebagian besar responden merupakan Alumni Manajemen Perhotelan sebanyak 28 orang (54.9%) dan Mahasiswa Aktif Manajemen Perhotelan 23 orang (45.1%).

Sedangkan nilai *Composite Reliability* tiap variabel lebih tinggi dari 0.6. Akan tetapi, nilai *Cronbach's Alpha* variabel kecerdasan emosional dan minat berkarir di bawah 0.6. Sehingga, untuk variabel kecerdasan emosional dan minat berkarir, *Cronbach's Alpha* diabaikan karena *Composite Reliability* bisa menggambarkan bahwa variabel tersebut dapat digunakan. Maka, ditarik

kesimpulan bahwa variabel memiliki
Tabel 1. AVE, Composite Reliability,
Cronbach's Alpha

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha
Kecerdasan Emosional (KE)	0.589	0.379
Orientasi Layanan (OL)	0.72	0.821
Efikasi Diri saat Magang (EDM)	0.584	0.655
Kepuasan Industri (KI)	0.741	0.886
Minat Berkarir (MB)	0.659	0.505

Structural Model

Nilai *R-square* dalam tabel 2 menunjukkan bahwa model bernilai sedang untuk kepuasan industri (26.4%) dan juga bernilai sedang untuk minta berkarir (26.8%). Sedangkan berdasarkan tabel 4.19, dapat disimpulkan bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh yang kecil terhadap kepuasan industri (0.037). Sedangkan orientasi layanan memiliki pengaruh yang sedang terhadap kepuasan industri (0.146). Efikasi diri saat magang memiliki pengaruh yang kecil terhadap kepuasan industri (0.051). Dan kepuasan industri memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat berkarir (0.398).

Tabel 2. *R-square*

Variabel	R ²
Kepuasan Industri (KI)	0.264
Minat Berkarir (MB)	0.268

Sedangkan Q² *predictive relevance* dalam tabel 3 adalah pengujian pada evaluasi *inner model* yang berfungsi untuk memvalidasi model. Hasil dari Q² dikatakan memiliki *predictive relevance* jika nilainya > 0 dan dikatakan kurang memiliki *predictive relevance* jika nilai Q² ≤ 0. Hasil tersebut menunjukkan bahwa

reliabilitas yang baik.

variabel Kepuasan Industri (KI) dan Minat Berkarir (MB) memiliki *composite relevance* dan dapat menunjukkan hubungan antar variabel.

Tabel 3. *Q-Square*

Variabel	Q ²
Kepuasan Industri (KI)	0.118
Minat Berkarir (MB)	0.168

Tabel 4 dibawah ini menunjukkan hasil nilai *bootstrapping* pada PLS mendapatkan nilai *mean*, *standard deviation*, dan *T-Statistic*.

Tabel 4. Nilai Hasil *Bootstrapping*

Hipotesis	T-Statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil hipotesis
KE → KI	1.209	0.227	Tidak Signifikan
OL → KI	2.219	0.027	Positif dan signifikan
EDM → KI	1.4	0.162	Tidak Signifikan
KI → MB	5.085	0	Positif dan signifikan

Pengaruh Kecerdasan Emosional terhadap Kepuasan Industri

Hasil dari pengujian hipotesis yang pertama menunjukkan bahwa kecerdasan emosional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan industri. Hal ini dapat dilihat dari T-hitung yang memiliki nilai 1.209 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai T-tabel 1.96. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa dan alumni Manajemen Perhotelan Universitas X memiliki kecerdasan emosional yang tinggi, hal tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan alumni Manajemen Perhotelan Universitas X terhadap industri perhotelan. Hal ini dapat disebabkan karena mahasiswa dan alumni harus mengontrol emosinya saat di tempat magang, sehingga ia tidak

dapat menunjukkan emosi yang sesungguhnya. Karena saat berhubungan dengan tamu, ia harus bersikap profesional dan menyembunyikan emosinya dengan selalu tampil ceria. Hal ini membuatnya menjadi tidak senang atau bahkan menjadi tertekan karena situasi tersebut, terlebih lagi jika hal tersebut harus sering dilakukan saat magang. Selain itu, beberapa penelitian sebelumnya juga ada yang menemukan bahwa kecerdasan emosional tidak mempengaruhi kepuasan industri (Chang & Tse, 2011; Huerta, 2020).

Pengaruh Orientasi Layanan terhadap Kepuasan Industri

Hasil dari pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa orientasi layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan industri. Hal ini dibuktikan dengan nilai *original sample* berarah positif sebesar 0.330 dan nilai T-hitung sebesar 2.219 yang lebih besar dari nilai T-tabel 1.96. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat orientasi layanan yang tinggi menyebabkan kepuasan industri yang tinggi juga. Berdasarkan hasil pengujian, *loading factor* orientasi layanan yang paling berpengaruh terhadap variabel kepuasan industri adalah mahasiswa dan alumni Manajemen Perhotelan Universitas X merasa bahagia ketika ia mampu memberikan layanan yang sopan, sehingga akhirnya mahasiswa dan alumni Manajemen Perhotelan Universitas X merasa senang dan puas ketika bekerja di tempat magangnya dan juga dengan industri perhotelan sekalipun di masa pandemi Covid-19. Hal ini sesuai dengan pernyataan Donovan et al. (2004) yang mengatakan bahwa orientasi layanan dapat meningkatkan kepuasan kerja karena individu melakukan pekerjaan yang

sesuai dengan kecenderungannya untuk membantu orang lain. Ketika seseorang memiliki orientasi layanan yang tinggi, lebih besar kemungkinan untuk ia menyukai pekerjaan di industri perhotelan sehingga ia menjadi puas dengan industri perhotelan (Chang & Tse, 2011).

Pengaruh Efikasi Diri saat Magang terhadap Kepuasan Industri

Hasil dari pengujian hipotesis yang ketiga menunjukkan bahwa efikasi diri saat magang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan industri. Hal ini dapat dilihat dari T-hitung yang memiliki nilai 1.400 yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai T-tabel 1.96. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa dan alumni Manajemen Perhotelan Universitas X memiliki efikasi diri yang tinggi saat magang, hal tersebut tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan alumni Manajemen Perhotelan Universitas X terhadap industri perhotelan. Hal ini dapat disebabkan karena persepsi yang dimiliki mahasiswa dan alumni. Berdasarkan wawancara dengan beberapa responden terkait hal tersebut, responden mengatakan bahwa ternyata lingkungan kerja nyata yang dialami saat magang berbeda dengan ekspektasi yang diharapkan sebelumnya, sehingga hal tersebut yang menyebabkan responden menjadi tidak puas dengan pengalaman magang nya. Meskipun responden dapat mencapai tujuan yang ditetapkannya, namun hal itu tidak cukup untuk membuatnya senang di tempat magang karena terdapat faktor lain yang mempengaruhi kepuasan tersebut. Selain itu, beberapa penelitian sebelumnya juga ada yang menemukan bahwa efikasi diri tidak mempengaruhi kepuasan industri (Karatepe et al., 2007; Setyarini et al., 2017).

Pengaruh Kepuasan Industri terhadap Minat Berkarir

Hasil dari pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan bahwa kepuasan industri memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkarir. Hal ini dibuktikan dengan *original sample* yang berarah positif sebesar 0.533 dan nilai T-hitung sebesar 5.085 yang lebih besar dari nilai T-tabel 1.96. Hal ini sesuai dengan pernyataan Chang & Tse (2011) yang mengatakan bahwa kepuasan seseorang terhadap industri perhotelan merupakan salah satu faktor penting untuk kemungkinan seseorang dalam bekerja di industri perhotelan. Ketika seseorang puas dengan industri perhotelan, kepuasan tersebut dapat memotivasinya untuk memilih industri perhotelan sebagai karirnya setelah lulus.

KESIMPULAN

Kecerdasan emosional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan industri. Hal ini disebabkan karena kecerdasan emosional dapat dilihat ketika mahasiswa dapat mengontrol emosinya dengan baik.

Orientasi layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan industri. Hal ini disebabkan karena ketika magang, mahasiswa menjadi senang di tempat magangnya karena memiliki kesempatan untuk memberikan layanan yang sopan kepada tamu.

Efikasi diri saat magang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan industri. Hal ini disebabkan karena meskipun mahasiswa memiliki keyakinan bahwa ia dapat memenuhi tujuan yang ia tetapkan untuk dirinya sendiri saat magang.

Kepuasan industri memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkarir. Hal ini disebabkan dengan perasaan senang

yang dirasakan oleh mahasiswa pada saat magang, maka keinginan mahasiswa untuk bekerja di industri perhotelan menjadi lebih kuat setelah magang sekalipun di masa pandemi / pasca pandemi Covid-19.

SARAN

Pihak Manajemen Perhotelan Universitas X dapat semakin mengembangkan program-program yang secara spesifik mengasah mahasiswa untuk dapat lebih lagi berorientasi pada layanan.

Pihak industri perhotelan dapat semakin mengembangkan pelatihan magang dengan mengenalkan industri yang sesungguhnya dan juga dapat meningkatkan lagi tingkat kualitas layanannya sehingga mahasiswa yang magang semakin merasa senang dengan kualitas layanan yang diberikan dan akhirnya semakin tinggi minatnya untuk berkarir di industri perhotelan.

Penelitian selanjutnya dapat menguji model ini pada populasi yang berbeda dan dapat meneliti mengenai faktor lain tersebut yang dapat mempengaruhi kepuasan industri.

REFERENSI

- Ardiani, F. (2018). Hubungan antara efikasi diri dengan kepuasan kerja pada karyawan bank pembiayaan rakyat syariah. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(2), 1-5.
- Bandura, A. (2010). Self-Efficacy. In Weiner, I. B., & Craighead, W. E. (Eds.). *The Corsini encyclopedia of psychology* (pp. 301-303). Wiley.
- Bradley, D. E., & Roberts, J. A. (2004). Self-employment and job satisfaction: Investigating the role of self-efficacy, depression, and seniority. *Journal of Small Business Management*, 42(1), 37-58. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627x.2004.00096.x>
- Cran, D. J. (1994). Towards validation of the service orientation construct. *The Service Industries Journal*, 14(1),

- 34–44.
<https://doi.org/10.1080/02642069400000003>
- Donovan, D. T., Brown, T. J., & Mowen, J. C. (2004). Internal benefits of service-worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Marketing*, 68(1), 128–146.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.128.24034>
- Ekaningrum, I. F. (2002). *The boundaryless career pada abad ke -21, jurnal visi (kajian ekonomi manajemen dan akuntansi)* (9th ed.). FE Unika Soegijapranata.
- Ghufron, M. N. (2010). *Teori-teori psikologi* (1st ed.). Ar-Ruzz Media.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (2003). *Behavior in organizations: Understanding and managing the human side of work*. Prentice Hall.
- Gwinner, K. P., Bitner, M. J., Brown, S. W., & Kumar, A. (2005). Service customization through employee adaptiveness. *Journal of Service Research*, 8(2), 131–148.
<https://doi.org/10.1177/1094670505279699>
- Hartline, M. D., & Ferrell, O. C. (1996). The management of customer-contact service employees: An empirical investigation. *Journal of Marketing*, 60(4), 52–70.
<https://doi.org/10.1177/002224299606000406>
- Hennig-Thurau, T. (2004). Customer orientation of service employees. *International Journal of Service Industry Management*, 15(5), 460–478.
<https://doi.org/10.1108/09564230410564939>
- Hogan, J., Hogan, R., & Busch, C. M. (1984). How to measure service orientation. *Journal of Applied Psychology*, 69(1), 167–173.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.69.1.167>
- Huerta, E. (2020). *General internship satisfaction as a function of perceived supervision quality and emotional intelligence* (Electronic Thesis, Projects, and Dissertations, California State University).
<https://scholarworks.lib.csusb.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2128&context=etd>
- Karatepe, O., Arasli, H., & Khan, A. (2007). The impact of self-efficacy on job outcomes of hotel employees. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 8(4), 23–46.
https://doi.org/10.1300/j149v08n04_02
- Kernbach, S., & Schutte, N. S. (2005). The impact of service provider emotional intelligence on customer satisfaction. *Journal of Services Marketing*, 19(7), 438–444.
<https://doi.org/10.1108/08876040510625945>
- Kim, H., & Park, E. J. (2013). The role of social experience in undergraduates' career perceptions through internships. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 12(1), 70–78.
<https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2012.11.003>
- Ko, W. H. (2008). Training, satisfaction with internship programs, and confidence about future careers among hospitality students: A case study of universities in Taiwan. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 7(4), 1–15.
<https://doi.org/10.1080/15313220802033245>
- Köşker, H., Unur, K., & Gursöy, D. (2018). The effect of basic personality traits on service orientation and tendency to work in the hospitality and tourism industry. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 19(2), 140–162.
<https://doi.org/10.1080/15313220.2018.1522990>
- Kuşluvan, S., & Eren, D. (2011). Service orientation as a personality trait of employees and its measurement: A literature review. *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi*, 22(2), 139–153.

- Locke, E. A. (1976). *The nature and causes of job satisfaction*. Rand McNally.
- Morris, J. A., & Feldman, D. C. (1997). Managing emotions in the workplace. *Journal of Managerial Issues*, 9(3), 257–274. <https://www.jstor.org/stable/40604147>
- Nelson, D. L., & Quick, J. C. (2006). *Organizational behavior: Foundations, realities, and challenges*. Thomson.
- Schutte, N. S., Malouff, J. M., Simunek, M., McKenley, J., & Hollander, S. (2002). Characteristic emotional intelligence and emotional well-being. *Cognition and Emotion*, 16(6), 769–785. <https://doi.org/10.1080/02699930143000482>
- Setyarini, D., Mustikawati, Rr. I., Waluyo, I., Susilo, A. Z., Subhty, T., & Wijayanti, Rr. N. A. (2017). *Pengaruh learning motivation, job involvement, dan self efficacy, terhadap trainee's job satisfaction*. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/198207062015041001/penelitian/2017-PENGARUH%20LEARNING%20MOTIVATION,%20JOB%20INVOLVEMENT,%20DAN%20SELF%20EFFICACY,%20TERHADAP%20TRAINEE%27S%20-JOG%20SATISFACTION.pdf>
- Simamora, H. (2001). *Manajemen sumber daya manusia* (3rd ed.). STIE YPKN.
- Sumardiono. (2014). *Apa itu homeschooling*. Panda Media.
- Sukardi, D. K. (1984). *Bimbingan karier di sekolah-sekolah*. Balai Pustaka.
- Winkel, W. S., & Hastuti, M. M. S. (2007). *Bimbingan dan konseling di institusi pendidikan* (Rev. ed.). Media Abadi.
- Yoo, B., Donthu, N., & Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 195–211. <https://doi.org/10.1177/0092070300282002>