

## **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI GENERATION Y UNTUK BERKARIR DI *HOSPITALITY INDUSTRY***

**Stefanus Dimas Widjaja, Ruben Wahyu Santoso, Serli Widjaja, Agung  
Harianto**

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

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor – faktor yang mempengaruhi motivasi Generation Y untuk berkarir di *hospitality industry*. Data yang terkumpul dari online survey yang dilakukan terhadap 119 alumni program Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra diolah menggunakan teknik Exploratory Factor Analysis (EFA) dan didapati 9 faktor baru yang terbentuk yang mempengaruhi motivasi responden untuk memutuskan berkarir dan tidak berkarir di *hospitality industry*. Faktor Work – Life Balance memiliki kontribusi terbesar dalam mempengaruhi motivasi responden Generation Y untuk berkarir di *hospitality industry* sedangkan faktor Work Environment memiliki kontribusi terbesar bagi responden yang memutuskan tidak berkarir di *hospitality industry*.

**Kata kunci:** Motivasi berkarir, *Hospitality industry*, Generasi Y.

### **Abstract**

This study aimed to analyze the factors that affect Generation Y to have a career in *hospitality industry*. Data were collected from an online survey to 119 respondents of the alumni Hotel Management Program Petra Christian University. Exploratory Factor Analysis (EFA) technique was applied and found that there were 9 new form factors that influenced respondent's career motivation in the *hospitality industry*. Work – Life Balance has the largest contribution that affecting Generation Y motivation to have a career in *hospitality industry* whereas working environment was the mos dominant factor that affected the respondents to no have a career in the *hospitality industry*.

**Keywords:** Career motivation, *Hospitality industry*, Generation Y.

### **Latar Belakang**

Perhotelan dan industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang tumbuh paling cepat, terhitung lebih dari sepertiga dari total perdagangan jasa global (ILO, 2010). Hal ini dibuktikan oleh fakta bahwa selama 25 tahun terakhir, kedatangan wisatawan internasional terus meningkat sekitar satu persen lebih cepat dari produk domestik bruto (PDB) secara riil (ILO, 2010). Menurut perkiraan UNWTO (2011), industri pariwisata dan perhotelan memberikan kontribusi sekitar 5% terhadap PDB di seluruh dunia, sementara kontribusinya terhadap pekerjaan dipatok sedikit lebih tinggi dan diperkirakan di wilayah 6-7% dari keseluruhan jumlah pekerjaan di seluruh dunia (baik langsung dan tidak langsung).

Dengan demikian menurut Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (1985) serta Kuslivan, Ilhan, dan Buyruk (2010) mengemukakan bahwa industri perhotelan membutuhkan standar bagi hotelnya untuk operasional, sehingga industri memiliki karakteristik tersendiri untuk memenuhi standar jasa tersebut, yaitu seperti: *intangible of services*, produksi dan konsumsi jasa, serta layanan secara heterogen melalui hubungan personal antara *customer* dengan penyedia jasa atau karyawan dari hotel tersebut sendiri. Seluruh aktivitas perhotelan tidak akan berjalan tanpa adanya campur tangan manusia yang mengelolanya, sehingga dapat dikatakan bahwa SDM menjadi faktor penentu maju atau tidaknya suatu perusahaan atau dalam hal ini adalah hotel (Siddik, 2006).

Berdasarkan Brown, Thomas, dan Bosselman (2015), angkatan kerja di bidang perhotelan saat ini dapat dikelompokkan menjadi 3, yaitu *Baby Boomers*, *Generation X*, dan *Generation Y*. *Baby Boomers* lahir pada tahun 1946 – 1964, *Generation X* lahir pada tahun 1965 – 1980, sedangkan yang menjadi perhatian khusus penulis adalah *Generation Y*, lahir pada tahun 1981 – 2000 dimana generasi ini memiliki karakter berbeda. Howe dan Strauss (2003) mengungkapkan salah satu keunikan dari *Generation Y* adalah generasi ini lebih fleksibel, menyenangkan, dan lebih berorientasi pada organisasi dan tim.

Dari kajian literatur yang penulis lakukan ditemukan bahwa penelitian sebelumnya oleh Richardson (2008), bahwa 46% responden dari mahasiswa perhotelan dan pariwisata (mewakili *Generation Y*) yang sudah mendapatkan pengalaman kerja menyatakan bahwa tidak akan terjun berkarir di dunia perhotelan karena pengalaman responden tersebut. Berangkat dari hasil temuan studi Richardson (2008) tersebut, penulis tertarik meneliti lebih jauh bagaimana *Generation Y* di Surabaya khususnya yang telah menempuh *study* di program Manajemen Perhotelan UK Petra, mengenai seberapa jauh ekspektasi para alumni untuk berkarir ataupun tidak berkarir di industri ini setelah lulus.

## **TEORI PENUNJANG**

### **Teori Motivasi Berdasarkan Hirarki Kebutuhan Maslow**

Robbins & Judge (2013) menjelaskan bahwa hipotesis Maslow memiliki lima jenjang kebutuhan pada tahun 1940 yang bersemayam dalam diri manusia terdiri dari :

1. Fisiologis, antara lain kebutuhan akan sandang, pangan, papan dan kebutuhan jasmani lain.
2. Keamanan, antara lain kebutuhan akan keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional.
3. Sosial, antara lain kasih sayang, rasa saling memiliki, diterima-baik, persahabatan.
4. Penghargaan, antara lain mencakup faktor penghormatan diri seperti harga diri, otonomi, dan prestasi; serta faktor penghormatan diri luar seperti misalnya status, pengakuan dan perhatian.
5. Aktualisasi Diri, merupakan dorongan untuk menjadi seseorang atau sesuai ambisinya yang mencakup pertumbuhan, pencapaian potensi, dan pemenuhan kebutuhan diri.



Gambar 1 Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow  
 Sumber : (Robbins & Judge, 2013)

### Motivasi *Generation Y*

Kultahlahti dan Viitala (2014) menemukan beberapa perbedaan dalam hal positif dan negatif sebagai motivasi dan penghalang motivasi. Berikut adalah hasil penelitian tersebut :

Tabel 1 Pemacu dan penghalang motivasi

Positif dan Pemacu Motivasi	Negatif dan Penghalang Motivasi
Pekerjaan baru dan menarik	Bekerja di hal yang sama dan terlalu lama sehingga merasa stagnasi
Komunitas pekerjaan yang baik	Lingkungan pekerjaan yang buruk
Kemungkinan untuk bertumbuh dan berkembang	Pekerjaan membebani kehidupan pribadi
<i>Work-life balance</i>	Performa <i>supervisor</i> yang buruk
Kebahagiaan di kehidupan pribadi	Tidak fleksibel
Tantangan yang cukup	Merasa dihargai dan didengar
Pekerjaan yang diminati	Dampak yang buruk di kehidupan pribadi seperti kurang tidur, tidak mempunyai waktu untuk hobi
Pekerjaan dapat dilakukan di rumah	Tidak dibantu saat membutuhkan
	Pekerjaan tidak jelas

Sumber: Kultalahti, Viitala (2014)

*Work-life balance* merupakan pemacu motivasi positif sangat kritis bagi *Generation Y*. *Generation Y* juga tidak siap untuk mengorbankan seluruh hidupnya hanya untuk pekerjaan, namun *Generation Y* juga ingin memiliki kehidupan selayaknya seperti manusia yaitu menjalankan hobi, hubungan dengan teman, keluarga ataupun kegiatan olahraga.

*Generation Y* ingin memiliki komunitas yang baik dalam bekerja agar dapat bekerja sama dengan baik. Ditemukan beberapa opini dari *Generation Y* bahwa *supervisor* dari generasi ini bekerja tidak peduli, tidak mendengarkan, tidak memberikan *feedback*, serta tidak mengamati, sehingga hal ini dapat menurunkan motivasi dan keantusiasan *Generation Y* dalam bekerja.

Martin (2005) mengemukakan bahwa perubahan tidak membuat takut *Generation Y*, namun kekurangan dari aktivitas perusahaan tersebut membuat

*Generation Y* berpikir. Dalam penelitian ini *Generation Y* tidak menulis tentang promosi, peran utama atau status symbol, namun *Generation Y* menulis banyak tentang variasi dan ketertarikan akan tugasnya. Dalam penelitian ini juga terdapat beberapa ungkapan dari *Generation Y* bahwa pekerjaan yang terlalu lama dikerjakan akan membuat bosan. *Generation Y* hanya menulis sedikit mengenai uang, mungkin beberapa dari *Generation Y* hanya merasa tidak adil dalam digaji, namun faktor ini tidak banyak tertulis.

Melalui faktor di atas tersebut dapat dilihat bahwa *Generation Y* banyak menulis mengenai faktor intrinsik daripada ekstrinsik, serta faktor motivasi dan penghalang motivasi mereka bergaris lurus dan tidak jauh berbeda, hanya bersifat positif dan negatif. Jadi dapat disimpulkan kualitas privasi hidup *Generation Y* lebih dipentingkan daripada indikator dari motivasi dalam bekerja.

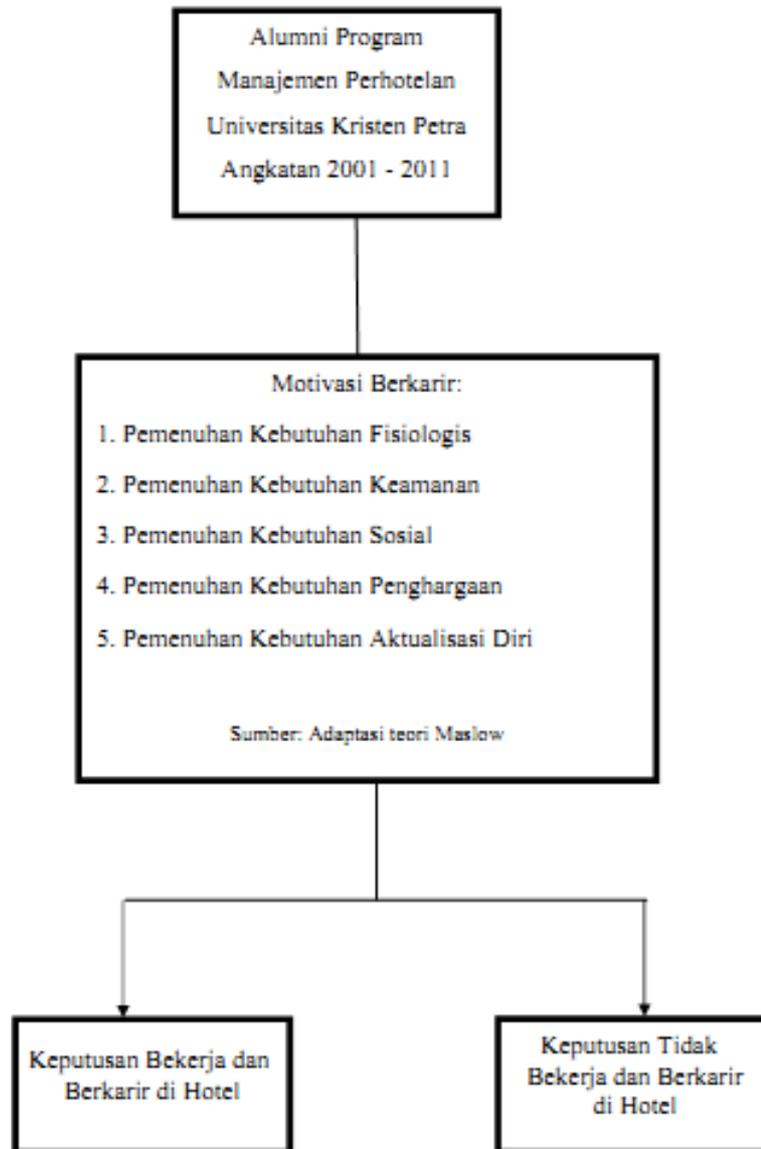
### ***Career Development: Value for the Individual***

Karir yang efektif adalah hal yang penting bagi individual, artinya Robbins & DeCenzo (2007) mendefinisikan karir dan sukses sudah mulai berubah. Sukses karir tidak lagi diukur berdasarkan pendapatan dari individu ataupun dari level hirarki individu dalam suatu organisasi. Kemampuan serta tanggung jawab merupakan cara untuk menghadapi tantangan di depan. *Contemporary workers* mencari pekerjaan tidak hanya dari sisi pendapatan dan keamanan saja, namun sisi intrinsik dari *career development*, atau "*physic income*," *Contemporary workers* menginginkan pekerjaan yang menarik dan berarti.

Karir terdiri dari eksternal dan internal, dari sisi eksternal adalah *properties* atau *qualities* dari pekerjaan atau organisasi tersebut. Karir dari individu meliputi berbagai aspek serta motif: *advancement* (kantor yang besar dan promosi tinggi); *threshold of occupational* (seorang dokter memiliki karir, *dogcatcher* memiliki pekerjaan atau *job*); komitmen jangka panjang (tentara); dan pekerjaan lain yang berhubungan dengan posisi, *attitudes*, dan *behaviors*.

Seperti yang Robbins & DeCenzo (2007) jelaskan di atas bahwa "*the pattern of work-related experiences that span the course of person's life*." Harus diketahui bahwa hubungan antara hubungan dua personal (subjektif dan objektif) serta *family concern* merupakan nilai intrinsik tersendiri bagi individu. Subjektif dan objektif merupakan komponen teori dalam berkarir. Sukses dapat dilihat dari sisi eksternal atau juga disebut objektif. Namun dalam sisi internal atau subjektif, kepuasan dari dalam diri merupakan yang terutama.

## Kerangka Pemikiran



Berdasarkan penelitian dari Brown, Arendt, dan Bosselman (2014), telah ditemukan penelitian mengenai faktor-faktor karir, dimana dari penelitian tersebut dapat ditemukan kesamaan faktor-faktor serta konsep dari penulis, dapat dilihat dari ulasan teori motivasi yang telah dibahas di bab 2. Penulis telah merangkum ulasan teori motivasi tersebut dan penulis mengambil 5 hirarki kebutuhan dari Maslow sebagai 5 faktor utama untuk diteliti sebagai faktor dari *Generation Y* atau dari mahasiswa manajemen perhotelan untuk berkarir dan tidak berkarir di *hospitality industry*. Sebagai contoh untuk yang berkarir adalah faktor kebutuhan untuk bersahabat di sini sama dengan hubungan antar personal yang baik sebagai indikator sehingga penulis menyatukan faktor tersebut dengan indikator hubungan antar personal tersebut. Dan untuk faktor yang menyebabkan *Generation Y* tidak berkarir di *hospitality industry* penulis memberikan unsur negatif terhadap indikatornya, seperti contoh hubungan personal yang tidak baik merupakan lawan dari indikator untuk berkarir di *hospitality industry*.

## METODE PENELITIAN

Disain penelitian yang digunakan adalah disain kuantitatif eksplorasi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi alumni program Manajemen Perhotelan di Universitas Kristen Petra Surabaya untuk berkarir dan tidak berkarir di *hospitality industry*.

### Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah *Generation Y*, yaitu jumlah alumni program Manajemen Perhotelan di Universitas Kristen Petra Surabaya. Populasi alumninya adalah generasi yang lahir dari tahun 1981 hingga 2000 (Brown, Thomas, & Bosselman, 2015), dan penulis memutuskan untuk meneliti mahasiswa program Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra dengan angkatan yang lahir pada tahun – tahun tersebut yaitu dari angkatan 2001 hingga 2011. Jumlah populasi yang didapatkan dari Biro Administrasi Kemahasiswaan dan Alumni (BAKA) UK. Petra adalah sebanyak 1256. Teknik *sampling* yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*, dengan memakai (*Simple Random Sampling*) dan didapati hanya 751 data yang mencantumkan alamat *e – mail* dan nomer telepon. Sampel dalam penelitian ini adalah alumni program Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra, yaitu:

1. Responden lahir pada tahun 1981-2000 atau alumni program Manajemen Perhotelan dari angkatan 2001 hingga 2011, karena *Generation Y* lahir pada kurun waktu ini.
2. Alumni program Manajemen Perhotelan yang bekerja di *hospitality industry*, atau,
3. Alumni program Manajemen Perhotelan yang tidak bekerja di *hospitality industry*.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipilih adalah survei yang berupa kuesioner sebagai instrumen yang digunakan. Penulis melakukan survei kepada alumni program Manajemen Perhotelan di Surabaya dari angkatan 2001 hingga 2011. Kuesioner yang digunakan terdiri dari:

1. Mengukur profil identitas responden.
2. Mengukur motivasi alumni yang berkarir di *hospitality industry*.
3. Mengukur motivasi alumni yang tidak berkarir di *hospitality industry*.

Penulis menggunakan model kuesioner dengan *closed-ended question* dan menggunakan skala *likert* agar dapat memiliki pilihan yang lebih luas dan dapat meningkatkan nilai statistik yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan (Pallant, 2011). Pemberian skor kuesioner dengan skala *likert* adalah sebagai berikut: 1 = STS = Sangat Tidak Setuju, 2 = TS = Tidak Setuju, 3 = N = Netral, 4 = S = Setuju, 5 = SS = Sangat Setuju 6 = TR = Tidak Relevan.

Penulis menyebarkan 130 kuisisioner kepada alumni program Manajemen Perhotelan Universitas Kristen Petra Surabaya melalui *e-mail* dan media sosial dengan menggunakan *google form* kuisisioner dari Google. Contoh kuisisioner terlampir. Penyebaran *online survey* dilakukan pada minggu pertama bulan November dan minggu kedua bulan November 2015 untuk *pilot test*, dan terus

disebarkan hingga tanggal 27 Februari 2016 untuk mencapai 119 responden karena 11 responden didapati tidak valid.

### **Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini, batasan operasional yang digunakan di sini merupakan faktor yang mempengaruhi motivasi *Generation Y* untuk berkarir di *hospitality industry*, dimana faktor-faktor ini diadopsi dari teori Maslow. Berikut adalah indikator empiriknya:

1. Motivasi berkarir di *hospitality industry*.
  - A. Pemenuhan kebutuhan Fisiologis (X1), menurut Maslow antara lain kebutuhan akan sandang, pangan, papan dan kebutuhan jasmani lain. Berikut adalah indikator empirik dari variabel Fisiologis:
    1. Memiliki waktu luang yang cukup untuk menyalurkan hobi dan kesenangan. (X1.1)
    2. Memiliki waktu untuk berkumpul bersama keluarga. (X1.2)
    3. Perkerjaan tidak memiliki beban untuk dibawa ke rumah. (X1.3)
    4. Memiliki kebebasan untuk mengatur jadwal kerja. (X1.4)
    5. Memiliki waktu yang cukup untuk berolahraga. (X1.5)
    6. Mendapatkan tawaran gaji yang menarik. (X1.6)
    7. Gaji yang didapatkan cukup memenuhi kebutuhan hidup. (X1.7)
  - B. Pemenuhan kebutuhan Keamanan (X2), menurut Maslow antara lain kebutuhan akan keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional. Berikut adalah indikator empirik dari variabel Keamanan:
    1. Area kerja yang nyaman. (X2.1)
    2. Pekerjaan memiliki resiko rendah. (X2.2)
    3. Memiliki tunjangan kesehatan yang memadai. (X2.3)
    4. Memiliki tunjangan pensiun yang memadai. (X2.4)
    5. Memiliki jaminan kecelakaan yang memadai. (X2.5)
    6. Gaji yang didapatkan bisa dipakai untuk hari tua. (X2.6)
    7. Gaji yang didapatkan bisa dipakai untuk memenuhi kebutuhan berlibur. (X2.7)
    8. Gaji yang didapatkan bisa digunakan untuk merintis usaha lain selain *hospitality industry*. (X2.8)
  - C. Pemenuhan Kebutuhan Sosial (X3), menurut Maslow antara lain kasih sayang, rasa saling memiliki, diterima-baik, persahabatan. Berikut adalah indikator empirik dari variabel Sosial:
    1. Rekan kerja banyak membantu pencapaian karir. (X3.1)
    2. Hubungan dengan rekan kerja sekerja yang nyaman. (X3.2)
    3. Hubungan baik dengan manajer atau *supervisor*. (X3.3)
    4. Memiliki kesempatan untuk melayani orang lain. (X3.4)
    5. Memiliki kesempatan untuk bertemu dengan orang baru. (X3.5)
    6. Di *hospitality industry* ada peluang yang sama bagi karyawan untuk berkembang dan di promosikan oleh *supervisor*. (X3.6)
  - D. Pemenuhan kebutuhan Penghargaan (X4), menurut Maslow antara lain mencakup faktor penghormatan diri seperti harga diri, otonomi, dan prestasi, serta faktor penghormatan diri luar seperti misalnya status, pengakuan dan perhatian. Berikut adalah indikator empirik dari variabel Penghargaan:

1. Pekerjaan ini baru didapatkan di *hospitality industry*. (X4.1)
  2. Pekerjaan yangitekuni dapat meningkatkan status sosial dan prestise. (X4.2)
  3. Merasa puas dengan pekerjaan yang dilakukan. (X4.3)
  4. Memiliki komitmen kerja di *hospitality industry*.(X4.4)
  5. Dihargai karena setiap *feedback* dapat direspon dengan baik oleh *hospitality industry*. (X4.5)
- E. Pemenuhan kebutuhan Aktualisasi Diri (X5), menurut Maslow merupakan dorongan untuk menjadi seseorang atau sesuai ambisinya yang mencakup pertumbuhan, pencapaian potensi, dan pemenuhan kebutuhan diri. Berikut adalah indikator empirik dari variabel Aktualisasi Diri:
1. Pekerjaan yang saya tekuni sangat menarik. (X5.1)
  2. Memiliki kesempatan ditempatkan di divisi lain yang menarik. (X5.2)
  3. Keseimbangan antara karir dan gaya hidup. (X5.3)
  4. Memiliki waktu yang cukup untuk mengembangkan karir. (X5.4)
  5. Tantangan pekerjaan yang diberikan tidak membebani. (X5.5)
  6. Memiliki jenjang karir yang jelas. (X5.6)
  7. Memiliki kesempatan yang bisa sukses di *hospitality industry*. (X5.7)
2. Motivasi tidak berkarir di *hospitality industry*.
- A. Pemenuhan kebutuhan non - Fisiologis (X6), menurut Maslow antara lain kebutuhan akan sandang, pangan, papan dan kebutuhan jasmani lain. Berikut adalah indikator empirik dari variabel non – Fisiologis:
1. Tidak memiliki waktu luang yang cukup untuk menyalurkan hobi dan kesenangan. (X6.1)
  2. Tidak memiliki waktu untuk berkumpul bersama keluarga. (X6.2)
  3. *Hospitality* memiliki beban untuk dibawa ke rumah. (X6.3)
  4. Tidak memiliki kebebasan untuk mengatur jadwal kerja. (X6.4)
  5. Jam kerja terlalu panjang. (X6.5)
  6. Tidak memiliki waktu yang cukup untuk berolahraga. (X6.6)
  7. Tidak memiliki waktu cukup untuk berlibur. (X6.7)
  8. Tawaran gaji tidak menarik. (X6.8)
  9. Gaji yang didapatkan tidak cukup memenuhi kebutuhan hidup. (X6.9)
- B. Pemenuhan kebutuhan non - Keamanan (X7), menurut Maslow antara lain kebutuhan akan keselamatan dan perlindungan terhadap kerugian fisik dan emosional. Berikut adalah indikator empirik dari variabel non – Keamanan:
1. Area kerja kurang nyaman. (X7.1)
  2. Pekerjaan memiliki resiko yang tinggi. (X7.2)
  3. Tidak memiliki tunjangan kesehatan yang memadai. (X7.3)
  4. Tidak memiliki tunjangan pensiun yang memadai. (X7.4)
  5. Tidak memiliki jaminan kecelakaan yang memadai. (X7.5)
  6. Gaji yang didapatkan tidak bisa dipakai untuk hari tua. (X7.6)
  7. Gaji yang didapatkan tidak bisa dipakai untuk memenuhi kebutuhan berlibur. (X7.7)
  8. Gaji yang didapatkan tidak bisa digunakan untuk merintis usaha lain selain *hospitality industry*. (X7.8)
- C. Pemenuhan kebutuhan non - Sosial (X8), menurut Maslow antara lain kasih sayang, rasa saling memiliki, diterima - baik, persahabatan. Berikut adalah indikator empirik dari variabel non – Sosial:

1. Rekan kerja tidak banyak membantu pencapaian karir. (X8.1)
  2. Hubungan dengan rekan kerja sekerja yang tidak nyaman. (X8.2)
  3. Hubungan kurang baik dengan manajer atau *supervisor*. (X8.3)
  4. Tidak memiliki kesempatan untuk melayani orang lain. (X8.4)
  5. Tidak memiliki kesempatan untuk bertemu dengan orang baru. (X8.5)
  6. Kurangnya pengawasan ketat dari pimpinan. (X8.6)
- D. Pemenuhan kebutuhan non - Penghargaan (X9), menurut Maslow antara lain mencakup faktor penghormatan diri seperti harga diri, otonomi, dan prestasi, serta faktor penghormatan diri luar seperti misalnya status, pengakuan dan perhatian. Berikut adalah indikator empirik dari variabel non – Penghargaan:
1. Tidak terlalu banyak belajar hal baru di *hospitality industry*. (X9.1)
  2. Pekerjaan yang ditekuni tidak dapat meningkatkan status sosial dan prestise. (X9.2)
  3. Merasa kurang puas dengan pekerjaan yang dilakukan. (X9.3)
  4. Tidak memiliki komitmen kerja di *hospitality industry*. (X9.4)
  5. Keberadaan saya di *hospitality industry* tidak dapat meningkatkan produktivitas *hospitality industry*. (X9.5)
  6. Kurang merasa dihargai karena setiap *feedback* dapat direspon dengan baik oleh *hospitality industry*. (X9.6)
  7. Proses untuk mencapai jabatan yang tinggi terlalu sulit. (X9.7)
- E. Pemenuhan kebutuhan non - Aktualisasi Diri (X10), menurut Maslow merupakan dorongan untuk menjadi seseorang atau sesuai ambisinya yang mencakup pertumbuhan, pencapaian potensi, dan pemenuhan kebutuhan diri. Berikut adalah indikator empirik dari variabel non -Aktualisasi Diri:
1. Pekerjaan yang saya tekuni tidak menarik. (X10.1)
  2. Tidak memiliki kesempatan ditempatkan di divisi lain yang tidak menarik. (X10.2)
  3. Tidak ada keseimbangan antara karir dan gaya hidup. (X10.3)
  4. Tidak memiliki waktu yang cukup untuk mengembangkan karir. (X10.4)
  5. Tantangan pekerjaan yang diberikan membebani. (X10.5)
  6. Tidak memiliki jenjang karir yang jelas. (X10.6)
  7. Tidak memiliki kesempatan yang bisa sukses di *hospitality industry*. (X10.7)

### **Teknik Analisis Data**

Jenis penelitian ini menggunakan teknik analisa faktor dengan menggunakan alat peneltian SPSS 23.0.

### **Uji Validitas**

Pada proses penelitian ini peneliti melakukan uji coba kuesioner atau *pilot test* untuk menghindari pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang bias, maka 30 kuesioner pertama disebarkan sebagai *pilot test* pada minggu pertama bulan November dan minggu kedua bulan November 2015. Dan didapati hasilnya dari seluruh indikator motivasi berkarir semuanya valid atau lebih besar dari r tabel (0,361), dan seluruh indikator motivasi tidak berkarir semuanya valid atau lebih besar dari r tabel (0,361).

## Uji Reliabilitas

Menurut Endrayanto dan Sujarweni (2012, p. 64), instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) yang lebih besar dari 0,6. Dan hasilnya didapati pada variabel motivasi berkarir, nampak bahwa dimensi penghargaan kurang dari 0,6 sehingga tidak reliabel, namun penelitian tetap dilanjutkan karena kuesioner semua dibagi via *mail survey* dan media sosial, berdasarkan pendapat Zikmund (2003, p228), pembagian *survey* melalui *mail survey* memiliki kelemahan, yaitu kemungkinan kesalahpahaman dari responden dikarenakan ketidakhadiran dari penulis untuk membantu menerangkan isi dari kuesioner tersebut. Sedangkan dimensi variabel penelitian lainnya lebih besar dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner bagian 2 motivasi berkarir telah memenuhi syarat kehandalan kuesioner, atau dengan kata lain dapat dikatakan reliabel. Dan untuk variabel motivasi tidak berkarir seluruh dimensinya reliabel atau lebih dari 0,6.

## Analisa Statistik Deskriptif

Penelitian ini tidak mengadakan manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel bebas, tetapi menggambarkan kondisi apa adanya. Statistik deskriptif yang digunakan adalah sebagai berikut

1. *Mean* (rata-rata hitung), dengan menghitung nilai tengah dari data kuesioner yang telah didapatkan melalui *online survey* dan media sosial, sehingga dapat mengetahui indikator yang cenderung dipilih oleh responden dan dapat berguna dan relevan bagi pengolahan data selanjutnya atau pengambilan keputusan.
2. Frekuensi, agar mengetahui *categorical* variabel sehingga dapat diketahui berapa jumlah orang serta status masing-masing yang merespon dalam *online survey* yang telah disebar. Juga mengetahui frekuensi dari jawaban responden. Untuk mengkategorikan rata-rata jawaban responden digunakan interval kelas yang dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan interval kelas 0,8 kemudian disusun kriteria rata-rata jawaban responden yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2 Kategori rata – rata jawaban responden

<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>
4,21 – 5,00	Sangat Setuju (SS)
3,41 – 4,20	Setuju (S)
2,61 – 3,40	Netral (N)
1,81 – 2,60	Tidak Setuju (TS)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)

3. *Standart Deviation* adalah akar kuadrat dari *varians* dan menunjukkan standar penyimpangan data terhadap nilai rata – ratanya" (Suharyadi dan Purwanto, 2007, p.101).

## **Analisa Faktor**

Penulis mereduksi dari 2 variabel besar yaitu, motivasi berkarir *Generation Y* dan motivasi tidak berkarir *Generation Y*. Untuk variabel motivasi berkarir memiliki 5 dimensi dengan 33 indikator pertanyaan didalamnya, dan untuk variabel tidak berkarir memiliki 5 dimensi juga namun dengan 37 faktor. Penulis mereduksi masing – masing variabelnya, serta mereduksi indikator tersebut sehingga menjadi sekelompok faktor yang baru terbentuk.

1. Mengklarifikasi nilai dari *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO)* dan *Bartlett's Test of Sphericity*, dimana nilai *KMO* minimal harus 0,6 dan nilai *Bartlett's Test* minimal harus 0,05 atau lebih kecil.
2. Mengklarifikasikan nilai *Anti Image Correlation* dengan minimal nilainya 0,3, semakin banyak nilai di atas 0,3 maka uji analisa faktor semakin lebih baik.
3. Mengklarifikasikan nilai dari *Communalities*, dimana *Communalities* tersebut memberikan perbedaan seberapa banyak nilai setiap item, nilai terendah kurang dari 0,3 juga akan memiliki posisi terendah pada *component matrix rotation*.
4. Menentukan komponen faktor yang harus di sari kembali, harus melihat juga pada tabel *Total Variance Explained*, informasi yang diperlukan adalah komponen *eigenvalue* harus memiliki nilai di atas 1, sehingga faktor yang memiliki *eigenvalue* di atas 1 dengan nilai presentase tersebut dapat digunakan sebagai pacuan informasi untuk faktor baru yang terbentuk pada hasil akhir.
5. Mengklarifikasi nilai yang ada pada tabel *Component Matrix* dan *Component Matrix Rotation* di atas 0,3, sehingga disini akan mulai terbentuk faktor baru.
6. Yang terakhir adalah penyimpulan dari *Component Matrix* dengan *total variance*, yaitu *Component Correlation Matrix* dideskripsikan menjadi faktor yang baru yang terbentuk untuk mengetahui motivasi *Generation Y* yang baru.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Demografis Responden Motivasi Berkarir**

#### **Responden motivasi berkarir berdasarkan demografis**

Sebagian besar responden yang berkarir di *hospitality industry* adalah responden wanita, yaitu sebanyak 42 orang (62,7%). Dan mayoritas yang berkarir di *hospitality industry* berusia antara 22-24 tahun, yaitu sebanyak 26 orang (38,8%).

#### **Responden motivasi berkarir berdasarkan profil pekerjaan**

Responden yang berkarir di *hospitality industry* rata – rata memiliki penghasilan antara Rp. 3.000.001 – Rp. 6.500.000,-, yaitu sebanyak 38 orang (56,7%). Responden yang berkarir tersebut adalah sebagian besar adalah karyawan operasional, yaitu sebanyak 28 orang (41,8%).

#### **Responden motivasi berkarir berdasarkan *study* di U.K Petra**

Tahun masuk dari responden yang berkarir di *hospitality industry* terbanyak adalah alumni angkatan 2010, yaitu sebanyak 15 orang (22,4%), dan dengan tahun lulusnya adalah tahun 2015 sebanyak 16 orang (23,9%).

## **Profil Demografis Responden Motivasi Tidak Berkarir**

### **Responden motivasi tidak berkarir berdasarkan demografis**

Sebagian besar responden yang berkarir di *hospitality industry* adalah responden wanita, yaitu sebanyak 30 orang (57,7%). Dan mayoritas yang tidak berkarir di *hospitality industry* berusia antara 25-27 tahun, yaitu sebanyak 22 orang (42,3%).

### **Responden motivasi tidak berkarir berdasarkan profil pekerjaan**

Responden yang tidak berkarir di *hospitality industry* rata – rata memiliki penghasilan antara Rp. 3.000.001 – Rp. 6.500.000,-, yaitu sebanyak 21 orang (40,4%).

### **Responden motivasi tidak berkarir berdasarkan *study* di U.K Petra**

Tahun masuk dari responden yang tidak berkarir di *hospitality industry* terbanyak adalah alumni angkatan 2010, yaitu sebanyak 7 orang (13,5%), dan dengan tahun lulusnya adalah tahun 2011 sebanyak 8 orang (15,4%).

## **Pembahasan**

Berdasarkan analisa faktor, ada 9 faktor baru yang terbentuk pada motivasi *Generation Y* untuk berkarir di *hospitality industry*, yaitu *work – life balance*, *salary*, *compensation*, *working environment*, *servicing*, *interesting work project*, *happiness in a private life*, *promotion*, dan *sufficient challenges*. Faktor yang paling besar dalam memberikan kontribusi yang mempengaruhi motivasi *Generation Y* untuk berkarir di *hospitality industry* adalah faktor *work – life balance*. Faktor *work – life balance* faktor ini menjelaskan tentang keseimbangan antara karir dan gaya hidup, waktu yang cukup untuk menyalurkan hobi dan kesenangan serta waktu untuk keluarga, juga kebebasan untuk mengatur jadwal kerja, dan tantangan pekerjaan yang tidak begitu membebani. Dalam hal indikator yang telah disebutkan tersebut memang karir juga tidak saja diukur secara objektif atau sisi eksternal namun juga secara subjektif atau contohnya adalah kepuasan kerja (Robbins & DeCenzo, 2007). Oleh karena itu faktor 1 dinamakan Dimensi *Work – Life Balance*.

Hal ini mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh Kultalahti dan Viitala (2014), dimana faktor keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan di luar pekerjaan seharusnya adalah seimbang, dimana faktor ini sangat kritis bagi *Generation Y*, *Generation Y* atau *Millennials* ini tidak siap untuk mengorbankan seluruh hidupnya hanya untuk pekerjaan namun juga untuk kehidupan yang selayaknya seperti manusia, yaitu menjalankan hobi atau dengan keluarga.

Pada motivasi *Generation Y* untuk tidak berkarir di *hospitality industry* juga terbentuk 9 faktor baru, yaitu *working environment*, *salary*, *compensation*, *poor supervisor performance*, *private life*, *work life balance*, *inflexibility in the workplace*, *expense in working*, *vague job*. Faktor yang paling besar dalam memberikan kontribusi yang mempengaruhi motivasi *Generation Y* untuk tidak berkarir di *hospitality industry* adalah faktor *working environment*.

Faktor *working environment* memiliki keragaman terbesar, artinya *Generation Y* cukup kritis dalam hal ini, yang menjelaskan tentang hubungan kurang baik dengan manajer atau *supervisor*, *supervisor* harus berperan penting dalam memberi arahan dan tuntunan kepada *Generation Y* agar terciptanya kinerja yang baik, pekerjaan tidak menarik dan bukan sesuatu yang baru untuk didapat juga bukanlah karakter *Generation Y*, karena generasi ini memiliki karakter yang ambisius terhadap dirinya, sehingga lingkungan pun juga diinginkan oleh

*Generation Y* agar berkontribusi terhadap kinerjanya, tidak memiliki kesempatan untuk melayani orang lain, rekan kerja tidak banyak membantu pencapaian karir, dan tidak memiliki kemungkinan untuk ditempatkan di divisi lain yang tidak menarik.

### **Analisa Faktor Baru Terbentuk Antara Motivasi Berkarir dan Tidak Berkarir**

Tabel 3 Ringkasan faktor baru yang terbentuk yang mempengaruhi motivasi berkarir dan tidak berkarir

<b>Indikator Motivasi Berkarir</b>		<b>Indikator Motivasi Tidak Berkarir</b>	
<b>Faktor</b>	<b>Eigenvalues</b>	<b>Faktor</b>	<b>Eigenvalues</b>
1. <i>Work – Life Balance</i>	9,752	1. <i>Working Environment</i>	9,836
2. <i>Salary</i>	3,267	2. <i>Salary</i>	4,718
3. <i>Compensation</i>	2,408	3. <i>Compensation</i>	2,999
4. <i>Working Environment</i>	2,020	4. <i>Poor Supervisor Performance</i>	2,032
5. <i>Serving</i>	1,566	5. <i>Private Life</i>	2,006
6. <i>Interesting Work Project</i>	1,443	6. <i>Work – Life Balance</i>	1,756
7. <i>Happiness in a Private Life</i>	1,208	7. <i>Inflexibility in The Workplace</i>	1,547
8. <i>Promotion</i>	1,084	8. <i>Expense in Working</i>	1,336
9. <i>Sufficient Challenges</i>	1,024	9. <i>Vague Job</i>	1,084

Pada tabel di atas *Work – Life Balance* memiliki pengaruh yang besar untuk memotivasi *Generation Y* berkarir di *hospitality industry*. Sifat dan kecenderungan dari *Generation Y* ini berbeda dari *Generation X* dan *Baby Boomers*. Berkaitan juga dengan pengalaman dari penulis, yaitu penulis mendapat kesempatan untuk praktek kerja lapangan di salah satu hotel di Surabaya, penulis menempati posisi sebagai *training* di divisi *hot kitchen* dan *pastry*, penulis menjalin hubungan sosial dengan rekan sekerja, ada terdapat beberapa senior *staff* yang masih muda, berkisar antara 20 hingga 30 tahun, senior *staff* tersebut cukup menyukai untuk membicarakan pergi bersama – sama untuk pergi ke *café* ataupun ke luar kota baik ke pantai ataupun bersama komunitas tertentu. Dalam hal ini *Salary* bukanlah menjadi faktor yang terutama untuk memotivasi mereka, tapi di era modernisasi ini *Generation Y* dapat memahami bahwa hidup bukan sekedar untuk uang, tapi sebaliknya hidup perlu untuk lebih dinikmati melalui faktor *Work – Life Balance* tersebut.

Namun meski *Generation Y* memandang uang untuk menikmati hidup tidaklah *Generation Y* melalaikan pekerjaannya, terdapat faktor *Working Environment* yang melandasi *Generation Y* untuk memotivasi mereka berkarir, jikalau *Working Environment* tersebut tidak bagus maka juga merupakan pertimbangan bagi *Generation Y* untuk tidak berkarir di *hospitality industry*. Oleh karena itu faktor *Working Environment* tersebut menempati urutan prioritas pertama bagi *Generation Y* bagi mereka untuk tidak berkarir di *hospitality industry*, artinya *Generation Y* membutuhkan lingkungan kerja yang mendukung dirinya untuk bekerja di *hospitality industry*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Mayoritas responden dari penelitian ini adalah wanita dengan jumlah presentase mencapai angka 60,5% dengan rentang usia 28 – 30 tahun. Tahun masuk terbanyak dari angkatan 2010 dan terbanyak lulus pada tahun 2015. Pekerjaan yang ditekuni responden 56,3% di *hospitality industry* dan 43,7% di non – *hospitality industry* dengan penghasilan rata – rata sekitar Rp. 3.000.001 – Rp. 6.500.000,-, yaitu dengan presentase sebesar 49,6%.

2. Secara keseluruhan, responden penelitian memiliki persepsi atau tanggapan yang baik terhadap indikator – indikator tentang motivasi *Generation Y* untuk berkarir di *hospitality industry*. Hal ini ditunjukkan dengan rata – rata jawaban responden di masing – masing indikator dengan *range* antara 3,13 – 4,49 (lih. Tabel 4.5) yaitu dengan kategori netral, setuju dan sangat setuju. Dan indikator motivasi *Generation Y* untuk tidak berkarir di *hospitality industry* memiliki nilai yang cukup baik dengan nilai antara 2,21 – 3,62 (lih. Tabel 4.15), yaitu dengan kategori tidak setuju, netral, dan setuju.

3. Dilihat dari rata – rata per indikator motivasi *Generation Y* untuk berkarir, maka dapat diketahui indikator dengan rata – rata tertinggi yaitu indikator untuk memiliki kesempatan untuk bertemu dengan orang baru (X3.5) dengan rata – rata 4,49 dan *std. deviation* 0,612. (lih. Tabel 4.5)

4. Dilihat dari rata – rata per indikator motivasi *Generation Y* untuk tidak berkarir, maka dapat diketahui indikator dengan rata – rata tertinggi yaitu indikator untuk tidak memiliki waktu luang yang cukup untuk menyalurkan hobi dan kesenangan (X6.1) dengan rata – rata 3,62 dan *std. deviation* 1,032. (lih. Tabel 4.15)

5. Terbentuk 9 faktor baru motivasi *Generation Y* untuk berkarir di *hospitality industry*. Adapun 9 faktor tersebut adalah :

Faktor 1. Dimensi *Work – Life Balance*. Dengan *Eigenvalues* 9,752.

Faktor 2. Dimensi *Salary*. Dengan *Eigenvalues* 3,267.

Faktor 3. Dimensi *Compensation*. Dengan *Eigenvalues* 2,408.

Faktor 4. Dimensi *Working Environment*. Dengan *Eigenvalues* 2,020.

Faktor 5. Dimensi *Serving*. Dengan *Eigenvalues* 1,566.

Faktor 6. Dimensi *Interesting Work Project*. Dengan *Eigenvalues* 1,443.

Faktor 7. Dimensi *Happiness in a Private Life*. Dengan *Eigenvalues* 1,208.

Faktor 8. Dimensi *Promotion*. Dengan *Eigenvalues* 1,084.

Faktor 9. Dimensi *Sufficient Challenges*. Dengan *Eigenvalues* 1,024.

6. Terbentuk 9 faktor baru motivasi tidak berkarir *Generation Y* untuk tidak berkarir di *hospitality industry*. Adapun 9 faktor tersebut adalah :

Faktor 1. Dimensi *Working Environment*. Dengan *Eigenvalues* 9,836.

Faktor 2. Dimensi *Salary*. Dengan *Eigenvalues* 4,718.

Faktor 3. Dimensi *Compensation*. Dengan *Eigenvalues* 2,999.

Faktor 4. Dimensi *Poor Supervisory Relationship*. Dengan *Eigenvalues* 2,032.

Faktor 5. Dimensi *Private Life*. Dengan *Eigenvalues* 2,006.

Faktor 6. Dimensi *Work – Life Balance*. Dengan *Eigenvalues* 1,756.

Faktor 7. Dimensi *Inflexibility in The Workplace*. Dengan *Eigenvalues* 1,547.

Faktor 8. Dimensi *Expense in Working*. Dengan *Eigenvalues* 1,336.

Faktor 9. Dimensi *Vague Job*. Dengan *Eigenvalues* 1,084.

7. Pada variabel motivasi berkarir *Generation Y* untuk berkarir di *hospitality industry*, faktor *Work – Life Balance*, merupakan faktor yang paling mendominasi. Sedangkan pada variabel motivasi tidak berkarir *Generation Y* untuk tidak berkarir di *hospitality industry*, faktor *Working Environment*, merupakan faktor yang paling mendominasi.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka penulis memiliki 5 saran bagi perusahaan *hospitality industry* termasuk restoran, hotel, dan usaha mikro *hospitality industry* lainnya.

Pertama, terkait dengan temuan bahwa *Work – Life Balance* menjadi faktor yang paling mempengaruhi respon *Generation Y* untuk berkarir di *hospitality industry*, maka di industry ini pimpinan perlu untuk lebih memberikan kegiatan diluar jam kerja perusahaan seperti contoh komunitas klub motor perhotelan surabaya, dimana dalam klub ini sering diadakan *touring* motor keluar kota, dengan peserta dari berbagai lini jabatan dapat mengikuti, hal ini dapat mempererat solidaritas sesama karyawan antar hotel sehingga karyawan dapat berkomunikasi dan belajar dan berbagi pengalaman antar satu dengan yang lain terkait juga dengan *Generation Y* memiliki kesempatan untuk menjalankan hobinya. Kedua, *hospitality industry* dapat memberikan *event* penghargaan kepada karyawan yang berprestasi di masing – masing divisi, *supervisor* akan menilai kinerja karyawannya dan melalui pengamatan tersebut dapat ditentukan karyawan yang berprestasi, hadiah penghargaan tersebut dapat berupa barang ataupun uang insentif, hal ini dapat memicu ketertarikan *Generation Y* akan pekerjaan yang dilakukannya, sehingga *Generation Y* akan lebih suka untuk dihargai. Ketiga, *hospitality industry* perlunya memiliki *event* akan industrinya, misalnya dalam bulan Ramadhan terdapat *event* takjil atau buka puasa dengan *rate* yang telah ditentukan, *event* ini akan memicu semua kalangan divisi untuk lebih giat dalam bekerja karena setiap orang harus mempunyai target dan tugas yang berbeda dan menarik dari biasanya *hospitality industry* beroperasi. Keempat, perlu pemberian motivasi melalui seminar ataupun pendampingan saat bekerja, motivasi tersebut adalah bersifat membangun karyawan mengenai pekerjaan yang dilakukan adalah pekerjaan yang dapat meningkatkan status sosial dan prestise.

Dan yang saran yang kelima adalah perlunya memberi kesempatan bagi karyawan untuk bertemu dengan orang baru, baik kepercayaan untuk meng – *handle* tamu ataupun juga bertemu dengan *staff* baru.

Selain rekomendasi bagi manajemen, penulis juga berharap bagi penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dan diteliti lebih dalam lagi karena faktor baru dapat mengalami perubahan seiring dengan perubahan waktu dan *trend* yang ada.

Pada penelitian ini, penulis memiliki keterbatasan untuk mem – *follow up* secara maksimal seluruh alumni program Manajemen Perhotelan dari 10 angkatan (2001 – 2011), karena *e – mail* yang tertera di data yang didapatkan dari BAKA UK. Petra tidak lengkap serta sebagian tidak ter – *update*, dan juga kurangnya respon dari alumni tersebut, sehingga hanya mendapatkan responden sebesar 119. Serta dalam penelitian ini sedikit memiliki kelemahan, karena kuesioner dalam penelitian ini semua dibagi via *mail survey* dan media sosial, berdasarkan pendapat Zikmund (2003, p228), pembagian *survey* melalui *mail survey* memiliki

kelemahan, yaitu kemungkinan kesalahpahaman dari responden dikarenakan ketidakhadiran dari penulis untuk membantu menerangkan isi dari kuesioner tersebut. Sehingga dalam penelitian selanjutnya agar lebih maksimal.

## DAFTAR REFERENSI

- Brown, E. A., Arendt, S. W., & Bosselman, R. H. (2014). Hospitality management graduates' perceptions of career factor. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 58 - 67.
- Brown, E. A., Thomas, N. J., & Bosselman, R. H. (2015). Are they leaving or staying: A qualitative analysis of turnover issues for Generation Y hospitality employees with a hospitality education. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 130 - 137.
- (2000-2011). *Data alumni perhotelan*. Universitas Kristen Petra, Biro Administrasi Kerjasama dan Pengembangan (BAKA), Surabaya.
- Howe, N., & Strauss, W. (2003). *Millennials go to college*. Washington, DC: American Association of Collegiate Registrars and Admissions Officers.
- ILO. (2010). *Developments and challenges in the hospitality and tourism sector* (1 ed.). Geneva: International labour office.
- Kultalahti, S., & Viitala, R. L. (2014). Sufficient challenges and a weekend ahead - Generation Y describing motivation at work. *Journal of Organizational Change Management*, 27(4), 569-582.
- Kusluvan, S., Kusluvan, Z., Ilhan, I., & Buyruk, L. (2010). The human dimension: A review of human resources management issues in the tourism and hospitality industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(2), 171-214.
- Martin, C. A. (2005). From high maintenance to high productivity: What managers need to know about Generation Y. *Industrial and Commercial Training*, 37(1), 39-44.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V., & Berry, L. (1985). A conceptual mode of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Richardson, S. (2008). Undergraduate tourism and hospitality students attitudes toward a career in the industry: a preliminary investigation. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 8(1), 23-46. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/15313220802410112>
- Robbins, S. P., & DeCenzo, D. A. (2007). *Fundamentals of human resource management* (9 ed.). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational behavior* (15 ed.). Ingggris: Pearson.
- Siddik, M. S. (2006). *Peranan pelatihan dalam usaha meningkatkan prestasi kerja karyawan di departemen food and beverage pada hotel dan resto sangga buana cipanas cianjur*. Undergraduate Thesis, Universitas Widyatama, Bandung.
- Suharyadi, & Purwanto. (2007). *Statistika untuk ekonomi dan keuangan modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika untuk penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- UNWTO. (2011). *UNWTO annual report 2011*. Retrieved from World Tourism Organization: <http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2011>
- Zikmund, W. G. (2003). *Business research methods*. Mason, Ohio: Thomson Learning.