

PENGARUH REWARD DAN MOTIVASI TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA PADA GENERASI Z DAN MILENIAL DI KOTA MADIUN

Christyna Eka Oktavia

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: christynaekaoktavia@gmail.com

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menentukan apakah ada pengaruh reward dan motivasi terhadap produktivitas kerja Generasi Z dan Milenial di Kota Madiun. Sample penelitian terdiri dari 90 responden. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel. Dalam penelitian ini, persyaratan instrumen diuji, persyaratan analisis regresi berganda, persyaratan analisis regresi asumsi klasik, dan hipotesis diuji dengan uji simultan (uji-F) dan uji parsial (uji-t) menggunakan program SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa reward (X1) memengaruhi variabel produktivitas (Y) secara parsial, dan motivasi (X2) tidak memengaruhi variabel produktivitas (Y). Koefisien regresi variabel reward (X1) memiliki nilai yang positif, yang menunjukkan bahwa jika reward meningkat 1%, maka produktivitas akan meningkat. Ada asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap. Nilai koefisien regresi untuk variabel motivasi (X2) menunjukkan dampak negatif antara variabel motivasi dan produktivitas. Tanda positif menunjukkan dampak yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Ada kemungkinan bahwa variabel produktivitas akan menurun jika variabel motivasi meningkat sebesar 1%. Dengan asumsi bahwa variabel lain tidak berubah. Secara bersamaan, ditemukan bahwa reward (X1) dan motivasi (X2) memengaruhi produktivitas dengan nilai F hitung.

Kata Kunci: Reward, Motivasi, Produktivitas Kerja, Generasi Z, dan Generasi Milenial.

Abstract

This study aims to determine whether there is an influence of rewards and motivation on the work productivity of Generation Z and Millennials in Madiun City. The research sample consisted of 90 respondents. Purposive sampling is a sampling method. In this study, the instrument requirements were tested, the requirements for multiple regression analysis, the requirements for classical assumption regression analysis, and the hypothesis were tested with simultaneous tests (F-test) and partial tests (t-test) using the SPSS version 27 program. The results of this study indicate that rewards (X1) partially affect the productivity variable (Y), and motivation (X2) does not affect the productivity variable (Y). The regression coefficient of the reward variable (X1) has a positive value, indicating that if the reward increases by 1%, productivity will increase. There is an assumption that other independent variables remain the same. The regression coefficient value for the motivation variable (X2) shows a negative impact between the motivation variable and

productivity. A positive sign indicates a unidirectional impact between the independent variable and the dependent variable. It is possible that the productivity variable will decrease if the motivation variable increases by 1%. Assuming that other variables do not change. Simultaneously, it was found that reward (X1) and motivation (X2) affect productivity with a calculated F value.

Keywords: Reward, Motivation, Work Productivity, Generation Z, and Millennial Generation.

A. PENDAHULUAN

Salah satu SDM dalam sebuah organisasi adalah generasi Z dan milenial. Generasi Z menganggap kemajuan teknologi dan internet sangat penting untuk keberlangsungan hidup mereka. Generasi Z dan milenial adalah anggota generasi internet atau generasi yang telah menikmati manfaat teknologi setelah munculnya internet. Menurut Singh dan Dangmei (2016), generasi Z dan milenial dibesarkan dengan web sosial dan berpusat pada digital dengan teknologi sebagai identitasnya. Generasi Z dan milenial adalah generasi yang lebih cenderung hedonis, konsumtif, dan boros. Akibatnya, generasi ini ingin selalu terhubung dengan internet setiap saat. Keinginan generasi Z dan milenial seringkali tidak terarah dan hanya mengikuti tren. Generasi Z tidak memikirkan efek dan konsekuensi yang timbul ketika mengambil keputusan karena perilaku mereka. Gaya hidup hemat adalah salah satu aspek dari gaya hidup Gen Z dan milenial. Menurut istilah "hidup hemat", orang mengalokasikan dana untuk melakukan hal-hal yang dianggap penting dalam hidup mereka sambil menggunakan pertimbangan, analisis, beserta strategi yang bertujuan mencapai kestabilan keuangan mereka di masa depan (Kusumawardhany, 2022). Menjaga keseimbangan antara memenuhi kebutuhan dasar dan menikmati kehidupan, tanpa utang atau pemborosan, adalah prinsip utama gaya hidup frugal. Gaya hidup berkaitan dengan cara Gen Z menggunakan uang dan memanfaatkan waktunya.

Katadata Insight Center (KIC) melakukan Survei Perilaku Keuangan Generasi Z dan Milenial terhadap 5.204 orang pada tahun 2021, kemudian menemukan 32,5% dari responden adalah generasi Z, dan 33,1% dari responden mengalami pada saat itu memiliki kondisi keuangan buruk pada akhir tahun 2021. Sebagian besar responden generasi Z, sebesar 42,5%, jarang memisahkan *saving account* dan rekening yang digunakan untuk keseharian mereka.

Dibandingkan dengan Gen Y, Gen Z lebih jarang menabung dan hanya menabung sisa, sebesar 56,6%. Jika dibandingkan dengan Gen Y, Generasi Z lebih suka membeli barang yang dibutuhkan daripada menyisihkan uang untuk hal-hal lain. Sebaliknya, generasi milenial lebih suka mengelola keuangan dengan mengalokasikan uang tetap daripada membeli barang yang dibutuhkan. Pengeluaran terbesar keuangan generasi milenial sebesar 56,0% dialokasikan khusus untuk pembayaran tagihan dan atau sewa rumah. Selain itu pengeluaran terbesar selanjutnya pada pembelian barang yang hanya dibutuhkan sebesar 52,5%. Kemudian *managing* penghasilan ke pengeluaran kecil, misalnya: untuk konsumsi, entertain, tagihan, dan lain-lain. Diantara banyaknya pengeluaran tersebut dapat ditarik sisi positif bahwa generasi milenial jarang membeli barang yang diinginkan meskipun kurang dibutuhkan. Hal ini termasuk dalam gaya hidup dengan istilah *frugal living* dimana gaya hidup yang mengutamakan pengelolaan keuangan yang cerdas dan hemat. Mempunyai tujuan utama untuk mengurangi pengeluaran dengan membeli barang yang benar-benar dibutuhkan sambil mengurangi pemborosan.

Frugal living tidak berarti hidup dalam kekikiran atau keterbatasan; sebaliknya, itu berarti memprioritaskan kebutuhan sehari-hari. Namun pada generasi milenial jarang membuat catatan secara rinci dan jarang mengalokasikan dana menabung diawal, sehingga kurang dapat mencatatat pengeluaran yang seharusnya dapat diketahui rinciannya. Generasi Z dan milenial lebih suka dengan tantangan dan peluang yang lebih menarik, yang mendorong mereka untuk mengambil kesempatan baru untuk meningkatkan pengalaman bekerja mereka. Namun, kebiasaan tidak baik generasi Z dan milenial yang suka bermain dengan kecanggihan teknologi secara tidak langsung dapat merugikan perusahaan karena akan mengurangi produktivitas kerja. *Reward* dan motivasi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi produktivitas. *Reward* ada kaitannya dengan pemberian penghargaan dalam penyelesaian tugas atau pekerjaan. Seorang karyawan mendapatkan *reward* berupa upah atau gaji. Motivasi merupakan dorongan untuk melakukan pekerjaan yang maksimal untuk mencapai tujuan dari perusahaan.

Grand Theory (Prospect Theory)

Teori prospek, yang pada dasarnya mencakup dua domain—ekonomi dan psikologi—dibuat oleh Kahneman dan Tversky pada tahun 1979. Fokus teori ini adalah bagaimana seseorang membuat keputusan ekonomi antara dua pilihan. Menurut teori ini, keputusan dipengaruhi oleh bagaimana suatu masalah disusun. Hasil nilai fungsi akan cekung jika nilai referensi dianggap sebagai pengeluaran tetapi juga dianggap sebagai keuntungan, dan pembuat keputusan tidak akan mengambil resiko. Menurut Kahneman dan Tversky (1979), orang akan mencari informasi dan kemudian membuat keputusan atau ide penentuan keputusan. Seseorang akan membuat keputusan dengan memilih salah satu ide yang paling menguntungkan setelah beberapa dibuat.

Generasi Z dan Milenial

Bhakti & Safitri (2017) Generasi Z sangat berbeda dari generasi sebelumnya. Millennials juga sangat berbeda dari Generasi Z (Stillman & Stillman, 2017). Generasi Z memiliki karakteristik seperti suka bekerja sama dalam melaksanakan pekerjaan yang dapat disesuaikan, paham terhadap tantangan dan dimotivasi oleh pencapaian, dan suka meneliti metode baru untuk menyelesaikan masalah (Wiedmer, 2015). Generasi Langgas (Millennials) adalah generasi yang berkembang yang menghasilkan banyak kemajuan dalam bidang TI. Menurut Onibala & Manurun (2017), generasi ini sering disebut sebagai generasi yang terus melakukan inovasi karena mereka lebih mudah menyesuaikan diri dengan kompetensi baru dan segala kemungkinan yang muncul. Generasi milenial sangat optimis dan mencari arti dalam pekerjaan mereka. Generasi ini hampir dua puluh kali berganti pekerjaan selama hidup mereka, berbeda dengan para tradisional yang tetap bekerja pada perusahaan yang sama sampai pensiun.

Reward

Menurut Ansory & Indrasari (2018) Reward didefinisikan dalam kamus bahasa Inggris sebagai ganjaran atau penghargaan. Hadiah, seperti kuis, biasanya diberikan atau didapatkan dengan mudah. Menurut Saputra et al. (2017) menjabarkan indikator yang dimaksud dalam *reward* adalah sebagai berikut: 1) Upah, adalah kompensasi dalam bentuk uang yang dibayarkan atas waktu yang telah dipergunakan. Pemberian upah tergantung dengan lamanya penyelesaian suatu

pekerjaan. Semakin lama waktu penyelesaian semakin banyak pula kompensasi yang diterima, 2) Gaji, adalah kompensasi yang umumnya diberikan secara bulanan. Uang sebagai salah satu bentuk kompensasi atas pelepasan tanggung jawab pekerjaan, 3) Insentif adalah kompensasi atau penghasilan tambahan yang diberikan perusahaan kepada karyawannya karena mencapai lebih dari target yang ditetapkan. Insentif ini tidak termasuk dalam gaji pekerja dan merupakan hak mereka, 4) Tunjangan adalah kompensasi non-gaji yang diberikan kepada karyawan selain gaji pokok mereka. Tunjangan dapat berupa kompensasi tambahan seperti asuransi kesehatan, asuransi jiwa, cuti tambahan, kendaraan dinas, atau tunjangan anak, dan 5) *Interpersonal Reward*, adalah penghargaan yang berasal dari luar berasal dari penilaian tentang keadaan pribadi karyawan. Manajer memiliki kekuatan untuk memberikan pengakuan atau validasi sosial dan status kepada orang lain.

Motivasi

Motivasi adalah hasil dari sejumlah proses internal atau eksternal yang membuat seseorang menjadi antusias dan persisten dalam melakukan kegiatan tertentu (Winardi, 2008). Sutrisno (2017), menyebut motivasi berasal dari cara seseorang berinteraksi dengan lingkungannya. Akibatnya, kekuatan dorongan yang ditunjukkan seseorang dalam berbagai keadaan berbeda-beda. Bahkan, seseorang akan menunjukkan dorongan tertentu dalam berbagai keadaan pada waktu yang berbeda. Motivasi dapat didefinisikan sebagai apa pun yang menimbulkan dorongan atau keinginan dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mencapai tujuan tertentu. Selain itu, motivasi juga dapat diinterpretasikan sebagai alasan atau dorongan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu.

Agar suatu proses motivasi kerja dapat untuk menjalankan tugas dengan baik, diperlukan indikator yang jelas dan dapat digunakan sebagai acuan dalam proses motivasi pegawai untuk melakukan pekerjaan mereka. Selain itu, indikator motivasi kerja dapat digunakan sebagai alat untuk menentukan apakah motivasi kerja bermanfaat atau tidak untuk keberhasilan. Menurut Henriani, Razak, dan Parawu (2021) ada beberapa indikator yang menunjukkan keinginan untuk

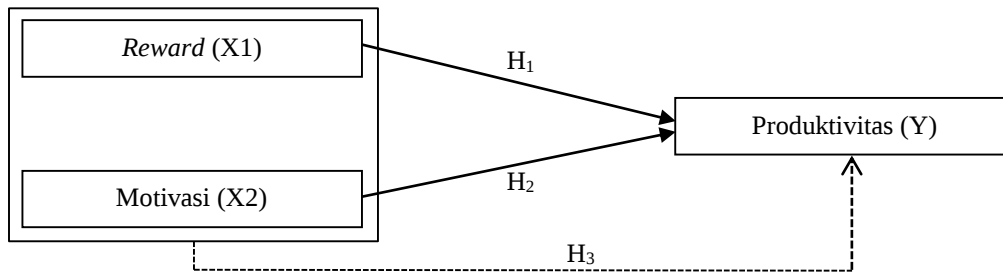
bekerja: 1) Kebutuhan fisik, yang mencakup kompensasi yang layak bagi karyawan, bonus, makanan, transportasi, perumahan, dan fasilitas lainnya; 2) Kebutuhan rasa aman dan keselamatan, yang mencakup fasilitas yang membuat orang merasa aman dan aman di tempat kerja, seperti jaminan sosial tenaga kerja; dan 3) Kebutuhan sosial, yang mencakup berinteraksi dengan orang lain, membangun hubungan kerja yang harmonis, dan merasa diterima di tempat kerja.

Produktivitas Kerja

Busro (2018) produktivitas adalah perbandingan antara input dan output. Meningkatkan produktivitas akan meningkatkan sistem kerja, efisiensi (waktu-bahan-tenaga), metode produksi, dan kemampuan karyawan. Menurut Kasmir (2016) produktivitas adalah hubungan antara masukan yang sebenarnya dan hasil fisik (barang atau jasa) yang sebenarnya. Ada dua cara untuk mengukur produktivitas kerja: ekonomi dan nonekonomi. Aspek nonekonomi termasuk *management* dan *organizational*, masalah kualitas kerja, kualitas kehidupan, perlindungan dan keselamatan kerja, motivasi dan insentif, dan sebagainya. Produksi, berdasarkan pengertian para ahli, dapat didefinisikan sebagai sikap mental yang dimiliki seorang karyawan yang mencerminkan kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas dan memperoleh hasil dengan menggunakan sumber daya yang ada. Firmansyah & Rijanto (2023) menyatakan bahwa ada sejumlah metrik yang dapat digunakan untuk mengukur produktivitas kerja, di antaranya adalah: Kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan yang telah diberikan. Kemampuan seorang karyawan sangat bergantung pada kemampuan dan profesionalisme mereka di tempat kerja. Kerja dan hasil yang dicapai setiap hari dari hari sebelumnya; pengembangan diri, yang dapat dicapai dengan mempelajari tantangan dan harapan yang akan dihadapi; kualitas, dan hasil pekerjaan, yang dapat meningkatkan kualitas kerja karyawan; dan efisiensi, input, dan output hasil kerja, semua memengaruhi produktivitas kerja.

Sugiyono (2017) menginterpretasikan dalam penelitian, kerangka konsep berarti cara berpikir dengan menggunakan berbagai model konseptual untuk menjelaskan teori yang berhubungan dengan elemen yang telah diidentifikasi sebagai masalah penelitian. Pada penelitian

Saputra et al. (2017) memiliki hasil *reward* (penghargaan) berpengaruh signifikan dan positif terhadap produktivitas karyawan. Sedangkan, Henriani, Razak, dan Parawu (2021) penelitian menunjukkan bahwa motivasi karyawan memiliki efek positif dan signifikan terhadap produktivitas kerja. Dari teori yang telah dipaparkan dibuat kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: (Saputra et al., 2017), Henriani, Razak, dan Parawu (2021), dan Prasada et al. (2020)

B. METODE

Teknik purposive sampling digunakan bersamaan dengan nonprobability sampling. Teknik purposive sampling ditetapkan berdasarkan pertimbangan atau standar yang harus dipenuhi oleh sampel yang diambil. Adapun kriteria responden penelitian ini sebagai: a) Usia responden yang berusia 18 tahun keatas, b) Berpendidikan terakhir SMA/Sederajat, dan c) Masa kerja minimal 3 bulan. Dalam menentukan kriteria sampel, kriteria merujuk pada referensi menurut BPS, Gen Z lahir tahun 1997–2012, dan milenial lahir tahun 1981-1996, dan perkiraan usianya sekarang 18–39 tahun. Sehingga, peneliti memilih responden generasi Z dan milenial di Kota Madiun. Peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk mengambil sampel karena populasi dalam penelitian ini masih belum dapat diketahui (Lwanga & Lemeshow, 1991).

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha} Y(1-p)}{d^2}$$

Tingkat kepercayaan diperlukan untuk menentukan jumlah sampel penelitian karena besar populasinya tidak diketahui. Tingkat *confidence* yang digunakan, yakni 95% (1,960) (Lwanga & Lemeshow, 1991). Lwanga & Lemeshow (1991) menyatakan “*choosing 0.5 for P in the formula*

for sample size will always provide enough observations”. Sehingga nilai P 0,5 akan dipilih peneliti dalam menentukan jumlah sampel dan presisi yang digunakan adalah 0,1. Berdasarkan rumus Lemeshow, perhitungan berikut dihasilkan:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = 96,04$$

Sampel yang dihasilkan sebesar 96,04, kemudian dibulatkan menjadi 90. Dengan demikian jumlah sampel sebesar 90 responden. Dalam penelitian ini, persyaratan instrumen, analisis regresi berganda, asumsi klasik, dan hipotesis diuji dengan menggunakan uji simultan (F) dan uji parsial (T) menggunakan program SPSS versi 27.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil uji validitas yang telah diujikan menggunakan SPSS dengan sampel yang digunakan adalah 90 responden didapatkan hasil uji validitas pada setiap item memiliki nilai rhitung > rtabel (0.207), artinya untuk item yang digunakan dapat dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas mengacu pada ketentuan konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan *Cronbach Alpha* (α) > 0,70. Hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach Alpha	Keterangan
.771	Reliabel

Sumber: Output SPSS (2024)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 1 yang telah dilakukan uji menggunakan SPSS didapatkan hasil bahwa nilai uji reliabel memiliki *cronbach alpha* > 0,70, item yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas digunakan untuk mengetahui variabel pengganggu atau residual dalam model regresi mempunyai distribusi normal. Hasil dari uji normalitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig. (2 tailed)	<.001
------------------------	-------

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 2 yang telah dilakukan uji menggunakan SPSS didapatkan hasil bahwa nilai signifikansi setiap variabel $< 0,05$, artinya untuk setiap variabel tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali (2018) dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan menunjukkan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Hasil dari uji multikolineritas dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Reward	.968	1.033
Motivasi	.968	1.033

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 3 yang telah dilakukan uji menggunakan SPSS didapatkan hasil bahwa pada variabel *reward* dan motivasi memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$, artinya pada data yang diuji tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018) menyatakan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dan residual model regresi terjadi dalam satu pengamatan atau

tidak. Dengan asumsi bahwa variabel gangguan memiliki variasi konstan seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi
Reward	<.001
Motivasi	.450

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4 yang telah dilakukan uji menggunakan SPSS didapatkan hasil bahwa pada variabel reward memiliki nilai signifikansi < .001, artinya pada variabel *reward* terjadi gejala heteroskedastisitas. Sedangkan, pada variabel motivasi memiliki nilai signifikansi .450, artinya pada variabel motivasi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Auto Korelasi

Uji autokorelasi, yang digunakan dalam model regresi linier, ditujukan untuk mengetahui korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya. Selanjutnya, uji Durbin-Watson digunakan seperti berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Auto Korelasi

Durbin Watson	2.278
---------------	-------

Sumber: Output SPSS (2024)

Hasil uji autokorelasi pada tabel 5 yang telah dilakukan uji menggunakan SPSS didapatkan hasil bahwa pada uji autokorelasi memiliki nilai durbin watson $1,7026 < 2.278 < 1,2974$, kemudian pada data tidak ada autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yakni salah satu teknik uji yang terdapat dalam teknik analisis data yang digunakan untuk mendeteksi sejauh mana variabel bebas dalam penelitian ini memberikan pengaruh atas variabel terikat dalam penelitian ini (Ghozali, 2018). Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada hasil uji F sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji F

Fhitung	Ftabel	Signifikansi
61.194	3.01	<.001

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 6 yang telah dilakukan uji menggunakan SPSS didapatkan hasil bahwa nilai Fhitung > Ftabel, yaitu $61.194 > 3.01$ dengan nilai signifikansi $<.001$, artinya terdapat pengaruh antara reward dan motivasi terhadap produktivitas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji T kemudian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji T

Variabel	Thitung	Ttabel	Signifikansi
Reward	10.958	1.663	<.001
Motivasi	-.954	1.663	.342

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 7 yang telah dilakukan uji menggunakan SPSS didapatkan hasil bahwa pada variabel reward (X_1) memiliki nilai Thitung (10.958) > Ttabel (1.663) dengan signifikansi < 0.001 , artinya pada variabel reward (X_1) memiliki pengaruh terhadap variabel produktivitas (Y). Sedangkan, pada variabel motivasi (X_2) memiliki nilai Thitung ($-.954$) < Ttabel (1.663) dengan signifikansi $> .342$, artinya pada variabel motivasi (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel produktivitas (Y). Persamaan regresi berganda dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon = (10.165) + .879X_1 - .069X_2 + \varepsilon$$

Dari persamaan diatas maka: a) Nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 10.165. Hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen. Apabila semua variabel independen, termasuk reward (X_1) dan motivasi (X_2), memiliki nilai 0 persen atau tidak berubah, maka nilai produktivitas adalah 10.165, b) Koefisien regresi variabel reward (X_1) menunjukkan nilai positif sebesar 0,879. Ini menunjukkan bahwa jika reward

meningkat 1%, maka produktivitas akan meningkat 1%, dengan asumsi bahwa variabel independen lain akan tetap konstan. *Positive sign* menunjukkan bahwa ada pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen, dan c) Koefisien regresi variabel motivasi (X_2) sebesar $-.069$ menunjukkan bahwa keduanya memiliki pengaruh yang buruk pada produktivitas dan variabel motivasi. Jika variabel motivasi meningkat 1%, variabel produktivitas akan menurun $.069$. Ini akan menghasilkan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa baik kemampuan model untuk menjelaskan variabel variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 8. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2)	.582
---------------------------------	------

Sumber: Output SPSS (2024)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi pada tabel 8 yang telah dilakukan uji menggunakan SPSS didapatkan hasil bahwa nilai R^2 adalah $.582$, artinya pengaruh variabel X (*reward* dan motivasi) terhadap variabel Y (produktivitas) sebesar 58.2% .

D. SIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan *reward* (X_1) memiliki pengaruh terhadap variabel produktivitas (Y), dibuktikan dengan variabel *reward* (X_1) memiliki nilai $T_{hitung} (10.958) > T_{tabel} (1.663)$ dengan signifikansi < 0.001 . Hal ini berarti semakin baik sistem *reward* yang diberikan di lingkungan perusahaan maka produktivitas kerja Generasi Z dan Milenial akan semakin meningkat. Motivasi (X_2) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel produktivitas (Y) dibuktikan dengan variabel motivasi (X_2) memiliki nilai $T_{hitung} (-.954) < T_{tabel} (1.663)$ dengan signifikansi > 0.342 . Hal ini berarti motivasi terhadap karyawan kurang meningkatkan produktivitas kerja Generasi Z dan Milenial. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $61.194 > 3.01$ dengan nilai signifikansi $< .001$, artinya terdapat pengaruh antara *reward* dan motivasi terhadap produktivitas.

E. SARAN

Ada beberapa konsekuensi berdasarkan temuan dan diskusi penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi tidak mempengaruhi produktivitas Generasi Z dan Milenial, tetapi reward dapat mempengaruhi produktivitas mereka. Untuk meningkatkan kompensasi, perusahaan harus mempertimbangkan hal-hal yang dapat membuat karyawan puas dengan pekerjaan mereka. Reward yang dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga mereka serta meningkatkan status sosial dan prestise mereka harus menjadi perhatian perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansory, A. F., & Indrasari, M. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. Indomedia Pustaka. www.indomediapustaka.com
- Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan dan Konseling untuk Menghadapi Generasi Z dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling Perkembangan. *Jurnal Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 104–113. <https://doi.org/10.24176/jkg.v3i1.1602>
- Busro, M. (2018). Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Firmansyah, I., & Rijanto, R. (2023). The Effect of Job Placement on Employee Work Productivity. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 67–74. <https://ip2i.org/jip/index.php/>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Henriani, Razak, R., & Parawu, H. E. (2021). Pengaruh Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Kantor Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Enrekang. 2(4), 1427–1441. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/index>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–292.
- Kusumawardhany, P. A. (2022). Frugal Lifestyle Trend Among Generation Z. How Do They Spend Money? *Proceedings of the 19th International Symposium on Management (INSYMA 2022)*, 23(1), 331–338.
- Lwanga, S. Kaggwa., & Lemeshow, Stanley. (1991). Sample Size Determination in Health Studies : a practical manual. World Health Organization.
- Onibala, T., & Manurun, T. R. (2017). Daya Tarik Pemberi-Kerja Menurut Persepsi Generasi X dan Y. *BMJ: Business Management Journall*, 13(7), 50–58.

- Prasada, D., Oktavianti, N., & Kristianti, L. S. (2020). Pengaruh Pemberian Reward dan Motivasi Terhadap Produktivitas Karyawan pada PT. Sinar Kencana Jaya di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1), 69–76.
- Saputra, D., Nurlina, & Hasan, L. (2017). Pengaruh Reward (Penghargaan) dan Punishment (Sanksi) Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Divisi Regional II Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 1–14.
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: The Future Workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)*, 3(3), 2349–7858. <https://www.researchgate.net/publication/305280948>
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z @ Work*. HarperCollins. <https://www.perlego.com/book/587904/gen-z-work-pdf>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, E. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Vol. 9)*. Kencana.
- Venia, M., Marzuki, F., & Yuliniar. (2021). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Impluse Buying (Studi Kasus pada Generasi Z Pengguna E-Commerce). *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 929–941.
- Wiedmer, T. (2015). Generations Do Differ: Best Practices in Leading Traditionalists, Boomers, and Generations X, Y, and Z. *Delta Kappa Gamma Bulletin; Austin*, 82(1), 51–58. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/generations-do-differ-best-practices-leading/docview/1770514324/se-2>
- Winardi, J. (2008). *Motivasi dan Pemasalahan dalam Manajemen*. Raja Grafindo Persada.