HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPRIBADIAN ENTERPRISING PADA TEORI *PERSON-JOB FIT* DENGAN KINERJA KARYAWAN PEMASARAN UD.SUMBE LESTARI SIDOARJO

Ronizar Abdillah dan Satiningsih
Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
e-mail : ronizarabdillah@yahoo.co.id

Satiningsih
Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
saty_nov@yahoo.com

Abstract

The purpose of this research is to know the correlation between enterprising personality type on the person-job fit theory with marketing employees performance. The research design is correlation analysis. The research conducted in cooking oil company U.D Sumber Lestari Taman, Sidoarjo. Subjects are 41 marketing employee. Data was collected using enterprising personality type questionnaire of 51 items and marketing employees performance questionnaire of 40 items, used comparative quantitative research methods. In order to test the hypothesis, use technical analysis of simple linear regression. Result of data research obtained F values of 252,550 with level of significant 0,000. Probability value 0,000<0,05 with value of P employees performance is 0,949 and value of P personality type is 1,000. The result is there a positive correlation between enterprising personality type on the person-job fit theory with marketing employees performance. It means that this research prove the personality type on person –job fit theory the have significant correlation for employees performance.

Key Words : personality type, John Holland person-job fit theory, employees performance.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *enterprising* pada teori *person-job fit* dengan kinerja karyawan pemasaran. Rancangan penelitian analisis korelasional. Penelitian ini dilakukan di perusahaan pengemasan minyak goreng UD. Sumber Lestari kecamatan Taman, Sidoarjo. Subjek penelitian ini adalah 41 orang karyawan pemasaran. Alat pengumpulan data berupa kuesioner tipe kepribadian *enterprising* sejumlah 51 item, dan kuesioner kinerja karyawan pemasaran sejumlah 40 item. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah teknik statistik regresi linier sederhana. Hasil data penelitian diperoleh nilai F hitung yang bernilai 252,550 dengan tingkat signifikasi 0,000. Nilai probability 0,000<0,05 dengan nilai P kinerja 0,949 dan nilai P kepribadian 1,000. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah adanya hubungan yang positif antara tipe kepribadian *enterprising* pada teori *person-job fit* dengan kinerja karyawan pemasaran. Dengan demikian penelitian ini membuktikan bahwa tipe kepribadian dalam teori person job-fit memiliki hubungan yang signifikan untuk kinerja karyawan.

Kata kunci : tipe kepribadian, teori *person-job fit* John Holland, kinerja karyawan.

PENDAHULUAN

Berbagai pengaruh perubahan yang terjadi menuntut organisasi untuk membuka diri terhadap tuntutan perubahan dan berupaya menyusun strategi dan kebijakan yang selaras dengan perubahan lingkungan akan bergantung pada kemampuan organisasi dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan. Artinya, suatu organisasi mampu menyusun strategi dan kebijakan yang ampuh untuk mengatasi setiap perubahan yang terjadi (Usmara , dalam Sutrisno, 2010).

Sutrisno (2010) menyatakan tidak ada pelaku bisnis dari industri manapun yang menginginkan kinerja perusahaannya menurun tetapi tidak mudah dalam mempertahankan dan meningkatkannya di tengah situasi dan kondisi Indonesia yang sejak dilanda krisis ekonomi menjadi negara yang mengalami keadaan ekonomi yang kurang baik selain itu tingkat persaingan bisnis baik dari dalam maupun luar negeri semakin meningkat dan peraturan pemerintah semakin ketat.

Suatu organisasi didirikan karena mempunyai tujuan yang ingin dicapai dan harus dicapai. Pencapaian tujuan setiap organisasi dipengaruhi perilaku organisasi yang merupakan pencerminan dari perilaku dan sikap para pelaku yang terdapat dalam organisasi. Kegiatan yang paling lazim dinilai dalam suatu organisasi adalah kinerja karyawan, yakni bagaimana ia melakukan segala sesuatu yang berhubungan dengan suatu pekerjaan, jabatan, atau peranan dalam organisasi (Sutrisno,2010).

Pelaksanaan kegiatan dan pekerjaan disuatu organisasi atau perusahaan, faktor kinerja selalu menjadi patokan dalam usaha mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Karena hal ini kinerja merupakan sarana pengukuran tingkat keberhasilan seseorang atau organisasi dalam melakukan kegiatan guna mencapai apa yang menjadi tujuannya (Maisaroh, 2009).

Manajer pemasaran Siti Zaenab menyatakan terjadi penurunan kinerja pada karyawan bagian pemasaran UD. Sumber Lestari Sidoarjo, terutama pada karyawan baru yang telah bekerja selama satu tahun terakhir, hal tersebut diketahui dari target penjualan karyawan yang disetorkan setiap bulannya. Terdapat beberapa aspek kinerja yang mengalami penurunan yakni

kewajiban tugas, kedisiplinan serta efektifitas, aspek-aspek tersebut sangat mempengaruhi kinerja organisasi.

Selain itu dalam wawancara singkat dengan beberapa kepala tim pemasaran menyatakan jika para karyawan pemasaran kurang begitu aktif dalam mencari informasi seputar keadaan pasar dan kurangnya kemampuan komunikasi mereka dalam meyakinkan produk pada konsumen.

Kinerja dalam penelitian Prihanto, dkk, (2001), adalah hasil kerja yang dapat dicapai seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya menurut kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan yang berlaku bagi pekerjaan yang bersangkutan dalam kurun waktu tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja seseorang dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu: 1. faktor dari luar individu, berupa faktor fisik pekerjaan serta faktor sosial dan keadaan organisasi (Tiffin & Mc Cormick, 1979), 2. faktor dari dalam diri individu, berupa kemampuan kognitif, kemampuan teknis dan kepribadian (Steers, 1971). Jadi faktor kepribadian tidak bisa diabaikan perannya dalam kinerja.

Kepribadian merupakan susunan faktor-faktor biologis, psikologi dan sosial yang menjadi dasar kelakuan manusia, kepribadian ini bersama-sama tergabung dalam suatu kesatuan individu dan saling berhubungan dalam persepsi, sikap, belajar dan motivasi dalam membentuk atau menentukan perilaku manusia yang akhirnya akan mempengaruhi manusia dalam bekerja atau beraktifitas serta berpengaruh terhadap kinerja serta keberhasilan suatu organisasi (Maisaroh, 2009).

Kinerja karyawan divisi pemasaran pada UD. Sumber Lestari Sidoarjo seperti itu disebabkan oleh tipe kepribadian karyawan yang berbeda-beda. Karena baik dan buruk kinerja seseorang bisa dilihat dari kepribadiannya. Kurangnya keefektifan kinerja atau kinerja tidak optimal dan penyebabnya ini perlu diperhatikan oleh pemilik perusahaan, agar kedepannya lebih bagus lagi dan dapat menyikapi masalah kinerja dengan baik (Maisaroh, 2009).

Kinerja yang efektif sangat dibutuhkan di UD. Sumber Lestari Sidoarjo, agar dalam melakukan pekerjaannya lebih baik dan tidak melakukan pekerjaan seenaknya saja tanpa memperdulikan kualitas, kuantitas dan ketepatan waktu dalam bekerjanya.

UD. Sumber Lestari Sidoarjo bergerak di bidang distributor minyak goreng, dengan jam kerja karyawan 8 jam kerja pershift. Karyawan UD. Sumber Lestari Sidoarjo merupakan karyawan tetap yang terdiri dari divisi pemasaran dan divisi pengemasan. Selain mendapat gaji, karyawan mendapat bonus yang disesuaikan dengan hasil kerja karyawan tersebut. Bonus karyawan bisa di lihat dari jumlah barang produksi yang terkemas dan dari hasil barang produksi yang terjual. Jika karyawan bekerja sesuai target dan kerja karyawan full maka bonus semakin banyak. Selain bonus karyawan mendapat uang makan perbulan.

Permasalahan yang dialami UD. Sumber Lestari Sidoarjo di bagian divisi pemasaran barang adalah kurangnya keefektifan kinerja karyawan, kinerja karyawan yang berbeda dalam perusahaan yang ditunjukan dengan perbedaan jumlah hasil kerja yang diperoleh, jumlah barang yang mampu dijual, tingkat ketepatan waktu dalam penjualan barang, ini merupakan masalah yang perlu dikaji lebih lanjut.

Kurangnya keefektifan kinerja karyawan pemasaran yang terjadi di UD. Sumber Lestari Sidoarjo, hal tersebut diketahui dari jumlah hasil kerja karyawan pemasaran. Untuk mengetahui keadaan tersebut secara grafis maka pada tabel di bawah ini akan ditampilkan jumlah hasil kerja karyawan pemasaran.

Tabel 1. Data Hasil Kinerja Karyawan Pemasaran

Tahun	Target	Realisasi
2008	4.000 karton minyak goreng	4.000 karton minyak goreng
2009	4.000 karton minyak goreng	4.000 karton minyak goreng
2010	4.000 karton minyak goreng	3.800 karton minyak goreng
2011	4.000 karton minyak goreng	3.757 karton minyak goreng

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2008 sampai tahun 2011 perusahaan menargetkan dalam 1 tahun harus terpenuhinya jumlah 4.000 karton minyak goreng. Pada tahun 2010 dan 2011 perusahaan mengalami penurunan, dan jumlah hasil kerja tidak sesuai dengan target yang ditetapkan perusahaan.

Karyawan divisi pemasaran adalah karyawan yang bekerja memasarkan barang produksi perusahaan untuk dipasarkan pada agen-agen dan toko-toko relasinya, tugas lapangan mereka berhadapan langsung dengan orang lain untuk memasarkan barang produksi perusahaan. Kinerja para karyawan divisi pemasaran terlihat dari target yang dapat mereka penuhi.

Salah satu teori tentang tipe kepribadian yang perlu diperhatikan adalah teori *Person-Job Fit.* Menurut teori ini tipe-tipe kepribadian seseorang digolongkan sesuai dengan lingkungan kerja yang diminati karyawan dalam perusahaan. Dengan memperhatikan tipe kepribadian dalam teori *Person-Job Fit* tersebut diharapkan pemimpin perusahaan dapat mengetahui tipe kepribadian dari para karyawan, dan pemimpin dapat memposisikan karyawan di bagian yang cocok dengan kepribadiannya. Pada teori *person-job fit* John Holland karakteristik-karakteristik kepribadian seseorang terbagi atas 6 tipe kepribadian okupasional (lingkungan kerja) antara lain yaitu realistik, *enteprising*, artistik, intelektual, sosial dan konvensional (Manrihu, 1992).

Lebih lanjut manajer pemasaran UD. Sumber Lestari Sidoarjo menambahkan bahwa karyawan pemasaran harusnya mempunyai sifat terbuka, cekatan dalam melakukan pekerjaan, ramah tamah. Sifat seperti ini biasanya dimiliki oleh karyawan yang langsung berhadapan dengan konsumen yaitu divisi pemasaran. Bagian pemasaran merupakan bagian terpenting di perusahaan dalam menentukan dan menunjang keberlangsungan hidup perusahaan. Oleh bagian inilah produk perusahaan akan dipasarkan dan ditawarkan kepada konsumen, sehingga karyawan pada bagian inilah yang berhadapan langsung dengan konsumen dalam kondisi dan situasi yang berbeda-beda. Kondisi seperti ini menjadikan kepribadian karyawan perlu diperhatikan agar dapat berinteraksi baik dengan lingkungan kerjanya.

UNESA Universitas Negeri Surabaya

Perbedaan tipe kepribadian pada karyawan pemasaran UD. Sumber Lestari Sidoarjo mengakibatkan hasil kinerja karyawan tidak sama. Maka dari itu seorang manajer harus benar-benar mengetahui tipe kepribadian karyawan seperti apakah cocok ditempatkan dimana yang sesuai dengan karyawan tersebut. Jika pekerjaannya cocok dengan tipe kepribadian karyawan, maka akan menghasilkan kinerja yang baik.

Untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara kesesuaian antara tipe kepribadian *enteprising* dengan kinerja karyawan maka perlu diadakan penelitian lebih lanjut. Peneliti bermaksud meneliti hubungan antara tipe kepribadian *enteprising* dengan kinerja pada karyawan pemasaran UD. Sumber Lestari Sidoarjo.

METODE

Rancangan penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya (Suryabrata, 2005).

Penelitian ini menggunakan variabel X yaitu sebagai variable bebas dan satu variabel Y, yaitu sebagai variabel terikat. Pada penelitian ini, variabel-variabel yang akan di ukur adalah :

a. Variabel bebas X merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab bagi variabel lain. Variabel X dalam penelitian ini adalah tipe kepribadian *enterprising*.

b. Variabel terikat Y merupakan variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain. Variabel Y dalam penelitian ini adalah kinerja karyawan pemasaran.

Sampel.

Arikunto (2006) mengatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan peneliti populasi. Sesuai dengan pendapat Arikunto tersebut, maka sampel penelitian ini sama dengan jumlah populasinya. Jadi sampel penelitian ini juga disebut sampel populasi atau sampel jenuh, yaitu maka sampel dalam penelitian ini sebanyak jumlah populasinya yaitu 41 orang karyawan pemasaran UD. Sumber Lestari Sidoarjo.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini, teknik pengambilan data yang digunakan adalah teknik angket. Angket yang digunakan berupa angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau checklist (√) (Riduwan, 2006). Penelitian ini peneliti menggunakan dua macam angket tertutup yaitu angket tipe kepribadian *enterprising* dalam teori *person-job fit* dan kinerja karyawan pemasaran. Skala yang digunakan adalah likert, yakni skala yang lebih fleksibel, untuk pengukuran sikap pendapat dan persepsi (Riduwan, 2006).

Teknik Analisa Data.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier sederhana. Semua proses analisis menggunakan Program SPSS versi *16 For Windows.* Berikut rumus dari analisis uji regresi sederhana.

$$b=\frac{n\sum xy-\sum x\sum y}{n\sum x^2-(\sum x)^2}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil.

Data yang ada ternyata dinyatakan normal dan homogen, maka selanjutkan adalah menguji data dengan teknik regresi sederhana untuk membuktikan hipotesis. Hipotesis yang akan diuji merupakan hipotesis nol. Hipotesis tersebut adalah sebagai berikut

Ho : Tidak ada hubungan signifikan antara tipe kepribadian *Enteprising Job Fit John Holland* dengan kinerja karyawan pemasaran.

Ha : Ada hubungan signifikan antara tipe kepribadian *Enteprising Job-Fit John Holland* dengan kinerja karyawan pemasaran.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Sebaran (Kinerja dan Kepribadian)

Variabel	Nilai P	Karakteristik
Kinerja	.949	Data Normal
Kepribadian	1.000	Data Normal

Dengan ketentuan:
Sig. >0,05 data normal
Sig. <0,05 data tidak normal

Tabel tersebut tampak bahwa signifikansi atau nilai p kinerja maupun kepribadian bernilai 0,949 dan 1,000, sehingga data tersebut dikatakan normal.

a. Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KERPRI_X	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KINERJA_Y

b. Uji Autokolerasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R SqUuare	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

UNESA Universitas Negeri Surabaya

1	.931[a]	.866	.863	5.091	1.560

a. Predictors: (Constant), KERPRI_X

b. Dependent Variable: KINERJA_Y

Hasil Uji Analisis Data.

Data yang ada ternyata dinyatakan normal dan homogen, maka selanjutkan adalah menguji data dengan teknik regresi sederhana untuk membuktikan hipotesis. Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS *ver.16 for windows* diperoleh informasi tentang nilai signifikansi hasil pengujian yang dilakukan, sebagai berikut :

a) Nilai signifikansi R Square memiliki nilai 0,866 yang dapat diartikan 86,6% dari kinerja dapat dijelaskan oleh kepribadian dan sisinya 13,4% atau 0,134 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.
b) Nilai signifikansi dapat dilihat dari nilai F hitung yang bernilai 252,550 dengan tingkat signifikasi 0,000. Nilai probability 0,000<0,05 dengan nilai P kinerja 0,949 dan nilai P kepribadian 1,000 maka regresi ini dapat dipakai untuk variabel kinerja. Maka dari data diatas dapat dilihat dan diartikan bahwa sig.< 0,05 maka H0 ditolak yang mana dapat dikatakan adanya hubungan yang positif antara kepribadian dengan kinerja.
c) Nilai Y = 19,772 + 0,646 X, maka dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa nilai koefisien Y akan bertambah 0,646 apabila X naik satu-satuan secara konstan.

Pembahasan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *Enterprising* dan kinerja karyawan pemasaran. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan teknik korelasi, yaitu regesi sederhana, menunjukan adanya hubungan signifikan antara tipe kepribadian *Enterprising* pada teori *Person-Job Fit* dengan kinerja karyawan pemasaran. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung yang bernilai 252,550 dengan tingkat signifikasi 0,000. Nilai probability 0,000<0,05 dengan nilai P kinerja 0,949 dan nilai P kepribadian 1,000 maka regresi ini dapat dipakai untuk variable kinerja.

Hasil dari penelitian ini menunjukan F hitung yang bernilai 252,550 dengan tingkat signifikasi 0,000. Nilai probability 0,000<0,05 05 dengan nilai P kinerja 0,949 dan nilai P kepribadian 1,000 maka H0 ditolak yang mana dapat dikatakan adanya hubungan yang positif antara tipe kepribadian *enterprising* pada teori *person-Job fit* dengan kinerja karyawan pemasaran.

Besar hubungan yang dihasilkan oleh variabel bebas X (tipe kepribadian *Enterprising*) terhadap variabel terikat Y (kinerja karyawan) dijelaskan dengan hasil analisis nilai signifikansi R Square memiliki nilai 0,866 yang dapat diartikan 86,6% dari kinerja dapat dijelaskan oleh kepribadian dan sisinya 13,4% atau 0,134 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukan bahwa variabel bebas X (tipe kepribadian enterprising) memberikan hubungan yang cukup besar terhadap variabel Y (kinerja karyawan) dengan nilai kontribusi sebesar 0.866 atau 86,6%

Greenberg (1996) menyatakan bahwa kemampuan individu untuk bertahan terhadap pekerjaannya tergantung pada keberhasilan mereka dalam mengadaptasikan kepribadian dengan lingkungan sekitarnya. Hal ini menunjukan bahwa kesesuaian antara sifat dan kepribadian individu merupakan salah satu faktor penentu efektifitas kerja dan meraih tujuan organisasi. Jadi efektifitas kerja akan tercapai bilamana terdapat kesesuaian tipe dan karakteristik kepribadian dengan kedudukannya sehingga karyawan merasa sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari organisasinya.

Hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan menjelaskan bahwa baik dan buruk kinerja seseorang bisa dilihat dari kepribadiannya. Kurangnya keefektifan kinerja atau kinerja tidak optimal dan penyebabnya ini perlu diperhatikan oleh pemilik perusahaan, agar kedepannya lebih bagus lagi dan dapat menyikapi masalah kinerja dengan baik (Maisaroh, 2009).

Menurut Winkel & Hastuti (2005), perpaduan dan pencocokan antara tiap-tipe kepribadian itu berawal dari manusia yang belajar dan berinteraksi dengan lingkungannya dan kemudian menyukai kegiatan atau aktifitas tertentu yang kemudian melahirkan suatu minat kuat yang pada gilirannya menumbuhkan kemampuan dan keterampilan tertentu. Kombinasi dari minat dan kemampuan itu menciptakan suatu disposisi yang bersifat sangat pribadi untuk menafsirkan, bersikap, berpikir, dan bertindak dengan cara-cara tertentu.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan perhitungan statistik dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa tipe kepribadian *enterprising* pada teori *person-job* fit John Holand mempunyai hubungan yang sangat mempengaruhi secara signifikan pada kinerja karyawan perusahaan pengemasan (*packing*) minyak goreng UD. Sumber Lestari Sidoarjo.

Hasil nilai F hitung yang bernilai 252,550 dengan tingkat signifikasi 0,000. Nilai probability 0,000<0,05 dengan nilai P kinerja 0,949 dan nilai P kepribadian 1,000 maka H0 ditolak yang mana dapat dikatakan adanya hubungan yang positif antara tipe kepribadian *enterprising* pada teori *person-job fit* dengan kinerja karyawan pemasaran.

Besar hubungan yang dihasilkan oleh variabel bebas X (tipe kepribadian enterprising) terhadap variabel terikat Y (kinerja karyawan) dijelaskan dengan hasil analisis nilai signifikansi R Square memiliki nilai 0,866 yang dapat diartikan 86,6% dari kinerja dapat dijelaskan oleh kepribadian dan sisinya 13,4% atau 0,134 dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini menunjukan bahwa variabel bebas X (tipe kepribadian enterprising) memberikan kontribusi pengaruh yang cukup besar terhadap variabel Y (kinerja karyawan) dengan nilai kontribusi sebesar 0.866 atau 86,6%

1. Bagi Perusahaan UD. Sumber Lestari Sidoarjo.

Kepala divisi pemasaran UD. Sumber Lestari Sidoarjo hendaknya lebih memperhatikan faktor-faktor dalam kinerja karyawan dan salah satunya adalah variabel bebas penelitian ini (tipe kepribadian *enterprising*). Karena kepribadian seseorang menurut John Holland merupakan hasil dari keturunan dan pengaruh lingkungan (Osipow, 1983).

Winkel & Hastuti (2005) menjelaskan bahwa pandangan Holland mencakup tiga ide dasar, yaitu : Semua orang dapat digolongkan menurut patokan sampai berapa jauh mereka mendekati salah satu di antara enam tipe kepribadian, yaitu: tipe realistik (*the realistic type*), tipe intelektual (*the intelegence type*), tipe seniman (*the artistic type*), tipe sosial (*the social type*), tipe pengusaha (*the enterprising type),* dan tipe orang rutin (*conventional type*). Mengingat keenam tipe kepribadian menunjukkan pola minat dan kompetensi tertentu, maka bilamana banyak orang dari tipe kepribadian tertentu berkumpul untuk hidup dan bekerja sama, mereka menciptakan suasana yang mencerminkan tipe kepribadian mereka dan menarik orang lain yang bertipe sama untuk menggabungkan diri dengan mereka.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini hanya menggunakan subjek penelitian yang berlingkup kecil, yakni hanya sebatas pada karyawan perusahaan pengemasan (*packing*) minyak goreng UD. Sumber Lestari Sidoarjo. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat melakukan penelitian dengan jumlah subjek penelitian yang lebih banyak dan menyeluruh, sehingga kesalahan generalisasipun akan semakin kecil.

Hasil penelitian ini kurang maksimal di karenakan masih terdapat 6 tipe kepribadian dalam teori *person-job fit* John Holland yang memungkinkan untuk di pakai sebagai variabel lain untuk digunakan sebagai faktor-faktor pendukung penelitian agar mencapai hasil penelitian yang lebih memberi manfaat penggeneralisasian penelitian tentang kepribadian terhadap kinerja karyawan khususnya untuk teori *Person-Job Fit* John Holland.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta.

Asri, Marwan. 1991. *Marketing. Cetakan Ke-2.* Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan AMP YK.

Azwar, S. 2008. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta :Pustaka Pelajar Offset.

Gustiyandari, Marini. 2005. *Komunitas Pemasaran Produk Telkom Sms (Studi Pada Bagian Pemasaran PT. Telkom Kacantel Pasuruan). Skripsi (tidak diterbitkan),* (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang, di akses tanggal 04 April 2012).

Greenberg, J. 1996. *Behavior in Organizations. 5th edition*. New Jersey : Prentice Hall International Edition

Kotler, Philip. 1985. *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke-2, Jilid*. Jakarta : Penerbit PT. Midas Surya Grafindo.

Maisaroh, Devi. 2009. *Pengaruh Tipe Kepribadian Terhadap Kinerja Karyawan CV. Zafatex Surabaya . Skripsi (tidak diterbitkan),* (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang, di akses tanggal 26 Januari 2012).

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Jilid 1*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2005. *Perilaku dan Budaya Organisasi*. Bandung: Refika Aditama.

Mangkunegara, Anwar Prabu. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Jilid 2*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Manrihu, Muhammad Thayeb. 1992. *Pengantar Bimbingan dan Konseling Karier*. Jakarta. Bumi Aksara

Osipow, Samuel H. 1983. *Theories of Career Developmnet*. New Jersey. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs.

Prihanto, S. F. X, Melianawati, dan Tjahjoanggoro, A. J. 2001. Hubungan Antara Kecerdasan Emosional Dengan Kinerja Karyawan. Jurnal Anima Indonesian Psychological. Vol. 17. No. 1, 57-62.

Riduwan. 2006. *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti*. Bandung : Alfabeta.

Robbins, Stephen. P. 2001. *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jilid II, Terjemahan oleh Benyamin Molan. Jakarta: Prenhallindo.

Steers, R.M. 1971. *Motivation and Work Behavior (5th ed.)*. philadelphia: McGraw Hill, Inc. International.

Sugiyono. (2011). *Statistik untuk Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Cetakan Ke-1. Jakarta: Prestasi Pustakaraya.

UNESA Universitas Negeri Surabaya

Sukardi, Dewa Ketut. 1993. *Psikologi Pemilihan Karier*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Suprihanto, J. 1988. *Penilaian Pelaksanaan Pekerjaan dan Pengembangan Karyawan*. Yogyakarta: PT. BPFE.

Suryabrata, Sumadi. (2005). *Pengembangan Alat Ukur Psikologis.* Yogyakarta: Andi Offset.

Sutrisno, Edy. 2010. *Budaya Organisasi.* Edisi Pertama, Cetakan Ke-1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Swastu, Basu DH. 1990. *Manajemen Pemasaran Modern, Cetakan Kedua.* Yogyakarta : Liberty.

Tiffin, J & Mc. Cormick, E.J. 1979. *Industrial Psychology (6th ed.)*. New Delhi: Prentice Hall of India.

Winarsunu, Tulus. (2007). *Statistik Dalam Penelitian Psikologi Dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.

Winkel, W.S & Sri Hastuti. 2005. *Bimbingan dan Konseling di Institusi Pendidikan*. Jakarta: PT. Grasindo.

UNESA
Universitas Negeri Surabaya