

ABSTRACT

The study is entitled 'Concerning Descriptive Study On Organizational Commitment Profiles Sales Employees in the Company' X 'Bandung'. The purpose of this study to determine how the image profile commitments owned sales company 'X' city of Bandung, which is based on affective commitment, continuance commitment, and normative commitment. The population in this study were all employees of the sales company 'X' in the city of Bandung.

Measuring tool used to measure organizational commitment variable is the modification of the OCQ (Organizational Commitment Questionare) by Meyer and Allen (1996) consisting of 18 item. The validity of the construct validity of the formula based on Spearman correlation, to measure organizational commitment were in the range from 0.322 to 0.813. Reliability based on Alpha Cronbach, to measure affective component of organizational commitment 0.573, 0.785 continuance, and normative 0.607.

The results showed sales by 5 people (22.72%) had one commitment profiles, profiles have committed 7 (0%) no. This is related to age and length of service were less supportive.

Scientific advice from the researchers is to develop the next research studies related to organizational commitment. Practical advice to sales researchers who have low affective commitment, so that HR can pay more attention to more like giving encouragement and motivation to sales was noted by the company, so expect sales to increase its commitment to the company.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul '*Studi Deskriptif Mengenai Profil Komitmen Organisasi Pada Karyawan Sales di Perusahaan 'X' Kota Bandung*'. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana gambaran profil komitmen yang dimiliki sales perusahaan 'X' kota Bandung yang dilandasi oleh *affective commitment*, *continuance commitment*, dan *normative commitment*. Populasi pada penelitian ini adalah semua karyawan sales perusahaan 'X' di kota Bandung.

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel komitmen organisasi adalah modifikasi dari OCQ (*Organizational Commitment Questionnaire*) oleh Meyer & Allen (1996) yang terdiri dari 18 item. Validitas berdasarkan *construct validity* dengan rumus korelasi spearman, untuk alat ukur komitmen organisasi berada pada rentang 0,322-0,813. Reliabilitas berdasarkan Alpha Cronbach, untuk alat ukur komitmen organisasi komponen *affective* 0,573, *continuance* 0,785, dan *normative* 0,607.

Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 5 orang sales (22,72%) memiliki profil komitmen 1, yang memiliki profil komitmen 7 (0%) tidak ada. Hal ini berkaitan dengan faktor usia dan masa kerja yang kurang mendukung.

Saran ilmiah dari peneliti adalah agar penelitian berikutnya mengembangkan penelitian yang berhubungan dengan komitmen organisasi. Saran praktis peneliti kepada sales yang memiliki *affective commitment* rendah, agar HRD dapat lebih memperhatikan lebih seperti memberikan dorongan dan motivasi agar sales merasa diperhatikan oleh perusahaan, sehingga diharapkan sales dapat meningkatkan komitmennya terhadap perusahaan.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

BAB I. PENDAHULUAN

1.1	Latar belakang masalah.....	1
1.2	Identifikasi masalah.....	7
1.3	Maksud dan tujuan penelitian	
1.3.1	Maksud penelitian.....	7
1.3.2	Tujuan penelitian.....	7
1.4	Kegunaan penelitian	
1.4.1	Kegunaan teoritis.....	7
1.4.2	Kegunaan praktis.....	8
1.5	Kerangka pemikiran.....	8
1.6	Asumsi penelitian.....	20

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Komitmen terhadap organisasi	
2.1.1	Pengertian komitmen.....	22

2.1.2	Tipologi Komitmen.....	22
2.1.3	Faktor yang membentuk komitmen.....	24
2.2	Karyawan sales.....	27

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Rancangan penelitian	29
3.2	Variabel penelitian dan definisi operasional	
3.2.1	Variabel penelitian	29
3.2.2	Definisi operasional	29
3.3	Alat ukur	
3.3.1	Kuesioner.....	30
3.3.2	Data pribadi dan data penunjang.....	32
3.3.2.1	Data pribadi.....`	32
3.3.2.2	Data penunjang.....	32
3.4	Uji coba alat ukur	
3.4.1	Validitas alat ukur	32
3.4.2	Reliabilitas alat ukur	33
3.5	Populasi sasaran, karakteristik populasi dan teknik Penarikan sampel	
3.5.1	Populasi sasaran	34
3.5.2	Karakteristik populasi	34
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel	35

3.6	Teknik analisis data.....	35
-----	---------------------------	----

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran responden.....	37
4.1.1	Berdasarkan Usia.....	37
4.1.2	Berdasarkan Jenis kelamin.....	37
4.1.3	Berdasarkan Lama kerja.....	38
4.1.4	Berdasarkan Tingkat pendidikan.....	38
4.2	Hasil Penelitian.....	39
4.2.1	Berdasarkan Profil komitmen.....	39
4.3	Pembahasan.....	40

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	49
5.2.1.	Saran Ilmiah.....	49
5.2.2	Saran Praktis.....	49

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL