

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dominansi komponen komitmen organisasi pada anggota Multi Level Marketing level Distributor Manager di PT. "X". Judul dari penelitian ini adalah "Studi Deskriptif Mengenai Dominansi Komponen Komitmen Organisasi pada anggota Multi Level Marketing level Distributor Manager di PT. "X". Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik survei. Pengambilan data dilakukan kepada 30 orang responden.

Penelitian ini menggunakan teori komitmen organisasi dari Allen & Meyer (1997). Komitmen organisasi terdiri dari komponen affective commitment, komponen continuance commitment, dan komponen normative commitment. Alat ukur yang digunakan adalah modifikasi dari alat ukur Organizational Commitment Questionnaire (OCQ) yang dikonstruksi oleh Allen & Meyer (1997). Uji validitas dilakukan dengan korelasi Rank Spearman, dengan 23 item diterima dari 24 item. Uji reliabilitas alat ukur diuji dengan Alpha Cronbach.

Hasil pengolahan data menunjukkan 83,3% responden memperlihatkan komponen komitmen organisasi yang dominan pada affective commitment. Dengan demikian tergambar bahwa yang menjadi alasan utama bagi sebagian besar individu untuk tetap memertahankan statusnya sebagai anggota Multi Level Marketing level Distributor Manager di PT. "X" adalah karena didasari oleh keinginan pribadinya sendiri (want to), serta karena merasa bangga, nyaman dan menyenangkan status sebagai anggota Multi Level Marketing level Distributor Manager di PT. "X". Dominansi komponen komitmen organisasi yang menempati urutan kedua adalah komponen continuance commitment yang diperlihatkan oleh 13,3% responden. Dominansi komponen komitmen organisasi yang menempati urutan ketiga adalah komponen normative commitment yang diperlihatkan oleh 3,3% responden. Nilai reliabilitas dari komponen affective commitment sebesar 0,759 yang berarti reliabel. Nilai reliabilitas dari komponen continuance commitment sebesar 0,819 yang berarti reliabel. Nilai reliabilitas dari komponen normative commitment sebesar 0,767 yang berarti reliabel.

Peneliti mengajukan saran agar dilakukan penelitian untuk meneliti faktor pendukung apakah yang paling berperan dalam mendorong berkembangnya dominansi komponen komitmen tertentu pada anggota organisasi.

Abstract

This research is conducted to determine the dominance component of organizational commitment of members of Multi Level Marketing Manager Distributor level at PT. "X". The title of this research is "Descriptive Study Regarding Organizational Commitment Components Dominance in Multi Level Marketing member Manager Distributor level at PT. "X". This research used a descriptive methods with a survey technique. Data collection was conducted on 30 respondents.

This research used the organizational commitment theory of Meyer & Allen (1997). Organizational commitment consists of affective commitment component, continuance commitment component, and normative commitment component. Measuring instruments used in this research is a modification of Organizational Commitment Questionnaire (OCQ) that was constructed by Meyer & Allen (1997). Validity test processed with Spearman's Rank Correlation, with 23 items received from 24 items. Reliability test processed with Alpha Cronbach Methods technique.

The results of data processing showed 83.3% of respondents show the dominant component in the affective organizational commitment. Thus envisaged that the main reason for most individuals to retain its status as a member of the Multi Level Marketing Manager Distributor level at PT. "X" is based on the desire for his own personal (Want to), as well as proud , comfortable and enjoys status as a member of the Multi Level Marketing Manager Distributor level at PT. "X". The dominant component of organizational commitment which in second ranks was component continuance commitment showed by 13,3% respondents. The dominant component of organizational commitment which in third ranks was component normative commitment showed by 3,3% respondents. The reliability value of component affective commitment of 0,759 which means reliable. The reliability value of component continuance commitment of 0,819 which means reliable. The reliability value of component affective commitment of 0,759 which means reliable. The reliability value of component normative commitment of 0,767 which means reliable.

Researchers propose suggestions for further research to find out what is the most influence factors that drive the development of each component of organizational commitment.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR ORISINALITAS	ii
LEMBAR PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Teoritis	10
1.4.2 Kegunaan Praktis	10
1.5 Kerangka Pikir	11
1.6 Asumsi	21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komitmen Organisasi	22
2.1.1 Pengertian dan Tipologi Komitmen Organisasi.....	22
2.1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Komitmen Organisasi.....	25
2.1.2.1 Karakteristik Individu	25
2.1.2.2 Karakteristik Organisasi.....	26
2.1.2.3 Pengalaman Bekerja.....	27
2.1.3 Konsekuensi dari Komitmen Organisasi.....	28
2.1.4 Pengukuran Komitmen Organisasi	31
2.2 Masa Dewasa Awal.....	32
2.3 Masa Dewasa Madya	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian.....	34
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	35
3.2.1 Variabel Penelitian.....	35
3.2.2 Definisi Operasional	35
3.3 Alat Ukur	36
3.3.1 Alat Ukur Penelitian	36
3.3.2 Prosedur Pengisian.....	37
3.3.3 Sistem Penilaian.....	37
3.3.4 Data Pribadi dan Data Penunjang	39
3.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	39
3.4.1 Validitas Alat Ukur	39

3.4.2 Reliabilitas Alat Ukur	41
3.5 Populasi Sasaran dan Teknik Sampling	42
3.5.1 Populasi Sasaran	42
3.5.2 Karakteristik Sampel.....	42
3.5.3 Teknik Sampling	43
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Responden.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.3 Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	53
5.2.1 Saran Teoritis.....	53
5.2.2 Saran Praktis.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
DAFTAR RUJUKAN	56
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Alat Ukur.....	36
Tabel 3.2 Pola Skoring Penilaian Item Komitmen Organisasi	38
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Kerja.....	46
Tabel 4.4 Dominansi Komponen Komitmen Organisasi.....	47



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir	20
Bagan 3.1 Prosedur Penelitian	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Profil Perusahaan

Lampiran 2 *Informed Consent* dan Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Data Mentah Data Primer

Lampiran 5 Tabel Distribusi Frekuensi Data Penunjang

Lampiran 6 Tabulasi Silang Komponen Komitmen dengan Data Pribadi

Lampiran 7 Tabulasi Silang Komponen Komitmen dengan Data Penunjang

