

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan Komitmen Organisasi pada Karyawan sales & marketing di Perusahaan "X" Kota Bandung. Karyawan Sales & Marketing adalah suatu bagian yang memiliki peran yang sangat penting sekali dalam suatu perusahaan, karena marketing memiliki fungsi untuk mencari, mendapatkan, mempertahankan dan memperbanyak konsumen serta menguasai pasar.

Pemilihan populasi menggunakan metode populasi dengan jumlah populasi sebanyak 34 orang. Alat ukur yang digunakan merupakan hasil modifikasi peneliti, berdasarkan teori Komitmen Organisasi dari Meyer & Allen (1991) yang terdiri dari 22 item. Data yang diperoleh diolah menggunakan deskriptif analisis. Pada penelitian ini uji validitas menggunakan metode Correlation Coefficient Spearman dengan validitas berada pada rentang 0,302 – 0,760 dan menggunakan uji reliabilitas Alpha Cronbach dengan perolehan reliabilitas item untuk komponen *affektive* 0,557 tergolong reliabilitas sedang. Pada komponen *continuance* 0,551 tergolong reliabilitas sedang, dan pada komponen *normative* 0,684 tergolong reliabilitas sedang.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, 34 responden didapat yang paling dominan dimiliki karyawan bagian sales & marketing di PT "X" Kota Bandung adalah komponen *Affective* yaitu sebesar 61.8%. berikutnya komponen *Continuance* yaitu sebesar 32.4%, dan yang terakhir komponen *Normative* sebanyak 5.9%.

Peneliti menyarankan kepada perusahaan "X" Kota untuk memberikan reward dan punishment yang lebih menarik dan lebih tegas, agar para karyawan sales & marketing dapat tertantang untuk mencapai target yang diberikan oleh perusahaan dan mengadakan acara *family gathering* yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga komitmen karyawan dan mengembangkan *affektive commitment* terhadap perusahaan.

Kata Kunci : Komitmen Organisasi, Karyawan Sales & Marketing

ABSTRACT

The purpose of this research is to describe the Organizational Commitment for Sales and Marketing Staff at the 'X' Company in Bandung. The Sales and Marketing Staff have important role in company because their functions are to search, to get, to maintain and to make a great consumer, also as the market holder.

The choice of population using the population method with the amount of 34 respondent's population. Measuring instrument that used was modified by the researcher based on Organizational Commitment's Theory of Meyer & Allen (1991), which is consist of 22 items. The data were processed by using analytical descriptive. The validity tests were using Correlation Coefficient Spearman method, with the validity result between 0.302-0.760, and Alpha Cronbach reliability tests, with the reliability items result for affective component around 0.557, - categorized as the average reliability; the continuance component is 0.551-average reliability, and for normative component is 0.684 –average reliability.

According to the result of 34 respondent the sales and marketing staff at the 'X' Company, the first component which is more dominance is Affective around 61,8%, second is Continuance component around 32,4% and the last is Normative component around 5.9%.

Based on this result, researcher suggests that the company should make a clear and more interesting reward punishment, so all staff could be challenged to reach the target from the company. Also, organizing a family gathering could keep the commitment of the staff and develop the affective commitment for the company.

Key words: Organizational Commitment, Sales and Marketing Staff

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
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	10
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	11
1.5 Kerangka Pikir	11
1.6 Asumsi Penelitian	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Komitmen Organisasi	20
2.1.1 Definisi Komitmen Organisasi	20
2.1.2 <i>Model of Commitment</i>	21
2.1.3 Komponen Komitmen Organisasi	23
2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Komitmen Organisasi	27
2.1.5 Konsekuensi dari Komitmen Terhadap Organisasi	32
2.2 Tahap Perkembangan Dewasa Awal	33
2.2.1 Pengertian Dewasa Awal	33
2.2.2 Karakteristik Dewasa Awal	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian	36
3.2 Bagan Rancangan Penelitian	36
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.3.1 Variabel Penelitian	37
3.3.2 Definisi Konseptual	37
3.3.3 Definisi Operasional	37
3.4 Alat Ukur	39
3.4.1 <i>Organizational Commitment</i>	39
3.4.2 Prosedur Pengisian	40
3.4.3 Sistem Penilaian	40
3.4.4 Data Pribadi dan Data Penunjang	42
3.4.4.1 Data Pribadi	42
3.4.4.2 Data Penunjang	43

	xi
3.4.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	43
3.4.5.1 Validitas Alat Ukur	43
3.4.5.2 Reliabilitas Alat Ukur	44
3.5 Populasi Sasaran	45
3.6 Teknik Analisis Data	45
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Responden	47
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	48
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
4.1.5 Gambaran Responden Berdasarkan Status Marital	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Profil Komitmen Organisasi ...	50
4.3 Pembahasan	50
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
5.2.1 Saran Teoritis	56
5.2.2 Saran Praktis	56
DAFTAR PUSTAKA	58
DAFTAR RUJUKAN	59
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur	39
Tabel 3.2 Kriteria Skor Jawaban Alat Ukur Komitmen Organisasi	40
Tabel 3.3 Jumlah Item Tiap Komponen.....	41
Tabel 3.4 Kriteria Klasifikasi Tingkat Komponen Komitmen Organisasi	42
Tabel 3.5 Kriteria Reliabilitas	44
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Bekerja	48
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Status Marital.....	49
Tabel 4.6 Gambaran Responden Berdasarkan Profil Komitmen Organisasi.....	50

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1.1 Kerangka Pikir	17
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian	36



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kisi-kisi Alat Ukur	L-1
Lampiran 2	Kuesioner	L-6
Lampiran 3	Validitas dan Reliabilitas	L-12
Lampiran 4	Hasil Komitmen Organisasi	L-14
Lampiran 5	Hasil Mentah Data Penunjang	L-16
Lampiran 6	Tabulasi Silang.....	L-19
Lampiran 7	Data Demografis	L-23
Lampiran 8	Data Komitmen Organisasi	L-26
Lampiran 9	Struktur Organisasi	L-27
Lampiran 10	Profil PT “X” Kota Bandung	L-28
Lampiran 11	Surat Izin Pengambilan Data	L-31
Lampiran 12	Formulir Pengesahan Pengambilan Data	L-32
Biodata Peneliti		L-33