

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Komponen komitmen organisasi pada karyawan *sales & marketing* di perusahaan PT “X” Kota Bandung yang paling dominan adalah *Affective commitment*.
2. Dominansi komponen komitmen organisasi dominan urutan kedua pada karyawan *sales & marketing* di perusahaan PT “X” Kota Bandung adalah *Continuance commitment*.
3. Komponen komitmen organisasi pada karyawan *sales & marketing* di perusahaan PT “X” Kota Bandung menunjukkan dominansi terakhir komponen *Normative commitment*.
4. Komitmen pada karyawan bagian *sales & marketing* di perusahaan “X” cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor : Karakteristik pribadi, karakteristik pekerjaan dan pengalaman kerja.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan beberapa saran yang diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti mengenai variabel Komitmen Organisasi, hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan rujukan untuk memperkaya pemahaman mengenai Komitmen Organisasi.
2. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal jumlah responden yang terbatas. Oleh karena itu, peneliti lain yang ingin meneliti mengenai Komitmen Organisasi disarankan untuk dapat menjangkau responden yang lebih banyak sehingga memperoleh penelitian yang lebih komprehensif.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat memperdalam data penunjang agar semakin terlihat faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen Organisasi dalam pekerjaan.

5.2.2 Saran Praktis

1. Untuk PT "X" Kota Bandung dilihat dari komponen komitmen organisasi yang dimiliki karyawan *sales & marketing* komponen *Affective comitment*, tetapi target yang diharapkan oleh perusahaan tidak tercapai. Supaya 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 *Affective commitment* terhadap perusahaan.
2. Untuk karyawan *sales & marketing* PT "X" Kota Bandung, disarankan untuk mempertahankan komitmen *Affective commitment* yang sudah dominan dan mengajak karyawan lain supaya memiliki komitmen *Affective commitment* yang dominan terhadap perusahaan, dengan cara berbagi pengalaman yang dimiliki, berbagi strategi-strategi yang digunakan dalam menawarkan produk dan meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap perusahaan, sehingga tidak hanya memikirkan untung atau rugi yang

diterima oleh karyawan saja, melainkan juga memiliki keinginan untuk lebih memajukan PT “X” Kota Bandung.

3. Bagi *supervisor sales & marketing*, hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi untuk meningkatkan bukan hanya fasilitas tetapi mengenai kepuasan pekerjaan setiap anggota sesuai dengan jenis komitmen yang melatarbelakangi tingkah laku karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya.

