

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komponen komitmen organisasi yang dominan. Judul dari penelitian ini adalah “Studi Deskriptif Mengenai Komitmen Organisasi Multilevel Marketing Pada Top Leader cabang PT.”X” di Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan teknik survei. Pengambilan data dilakukan kepada 150 orang responden.

Penelitian ini menggunakan teori komitmen organisasi dari Meyer & Allen (1997). Komitmen organisasi terdiri dari komponen affective, continuance, dan normative. Alat ukur yang digunakan adalah modifikasi dari alat ukur Organizational Commitment Questionnaire (OCQ) yang dikonstruksi oleh Meyer & Allen (1997). Uji validitas dilakukan dengan korelasi Rank Spearman, dengan 59 item diterima dengan range 0,311 hingga 0,811. Uji reliabilitas alat ukur diuji dengan Alpha Cronbach, reliabilitas untuk komponen affective 0,722 tergolong tinggi, komponen continuance 0,842 tergolong tinggi, dan komponen normative 0,754 tergolong tinggi.

Hasil pengolahan data menunjukkan (62,7%) responden memiliki continuance commitment yang paling dominan. Dominansi yang ke dua affective commitment (22,0%) dan dominansi komponen yang ketiga adalah komponen normative commitment (15,3%).

Peneliti mengajukan saran pada cabang PT.”X” di Bandung agar mempertahankan hubungan baik yang sudah terjalin dengan sesama anggota, untuk mengembangkan affective commitment terhadap perusahaan. Disarankan kepada peneliti untuk meneliti faktor-faktor pendukung apakah yang paling berperan dalam mendorong berkembangnya komitmen pada perusahaan.

Kata Kunci : Komitmen Organsasi, Multilevel Marketing

ABSTRACT

This research was conducted to determine the dominant component of organizational commitment. The title of this research is "Descriptive Study About Multilevel Marketing Organizational Commitment On Top Leader Branch Of PT. "X" in Bandung. This research uses descriptive method with survey technique. Data collection was done to 150 respondents.

This research uses organizational commitment theory from Meyer & Allen (1997). Organizational commitment consists of affective, continuance, and normative component. The measuring instrument used is a modification of the Organizational Commitment Questionnaire (OCQ) constructed by Meyer & Allen (1997). Validity test is done by Rank Spearman correlation, with 59 items accepted with range 0,311 until 0,811. Test reliability of measuring equipment tested with Alpha Cronbach, reliability for affective component 0.722 is high, continuance component 0.842 is high, and normative component 0.754 is high.

Results of data processing shows (62.7%) of respondents have the most dominant continuance commitment. The second dominance affective commitment (22.0%) and the third component dominance is the normative commitment component (15.3%).

The researcher proposed to the PT "X" branch in Bandung to maintain good relationships that have been established with fellow members, to develop affective commitment to the company. It is suggested to the researcher to investigate what support factors play the most role in encouraging the development of commitment to the company.

Key words : Organizational Commitment, Multilevel Marketing

DAFTAR ISI

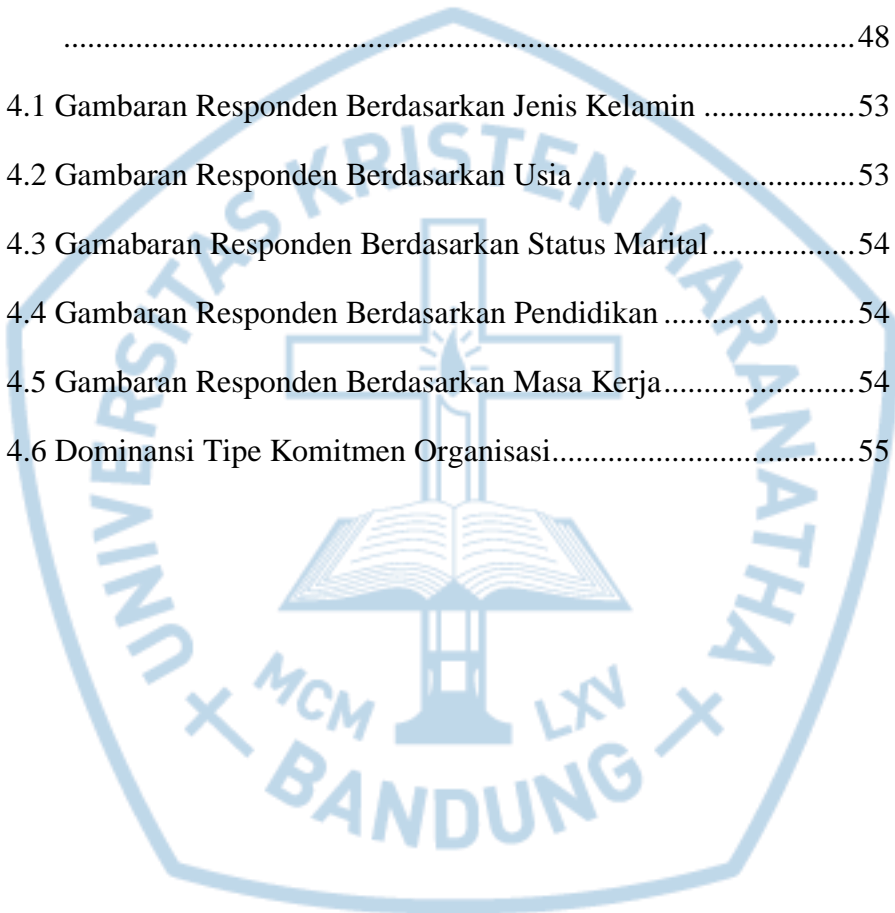
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 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
1.4 Kerangka Pikir	11

1.5	Asumsi Penelitian	19
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA		20
2.1	Komitmen Organisasi.....	20
2.1.1	Definisi Komitmen Organisasi.....	20
2.1.2	Komponen Komitmen.....	21
2.1.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi.....	26
2.1.4	Konsekuensi Komitmen Organisasi.....	31
2.1.5	Pengukuran Komitmen Organisasi.....	34
2.2	Pengertian Dewasa Awal.....	36
2.3	Ciri-ciri Masa Dewasa Awal.....	39
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....		42
3.1	Rancangan dan Prosedur Penelitian.....	42
3.2	Bagan Prosedur Penelitian.....	42
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	43
3.3.1	Definisi Operasional.....	43
3.4	Alat Ukur.....	44
3.4.1	Alat Ukur Komitmen Organisasi.....	44
3.4.2	Prosedur Pengisian.....	45
3.4.3	Sistem Penilaian.....	46
3.4.4	Kategorisasi.....	48
3.4.5	Data Pribadi dan Data Penunjang.....	49

3.4.6	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	49
3.4.6.1	Validitas	49
3.4.5.2	Reliabilitas.....	50
3.5	Populasi dan Karakteristik Populasi.....	51
3.5.1	Populasi	51
3.5.2	Karakteristik Populasi	51
3.6	Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Responden	53
4.2	Hasil Penelitian.....	55
4.3	Pembahasan	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		61
5.1	Simpulan.....	61
5.2	Saran	61
5.2.1	Saran Teoritis	62
5.2.2	Saran Praktis.....	62
DAFTAR PUSTAKA		63
DAFTAR RUJUKAN		64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Kisi-Kisi Alat Ukur.....	45
Tabel 3.2 Tabel Sistem Penilaian Alat Ukur Komitmen Organisasi	46
Tabel 3.3 Jumlah Item Tiap Komponen.....	47
Tabel 3.4 Kriteria Klasifikasi Tingkat Komponen Komitmen Organisasi	48
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Status Marital.....	54
Tabel 4.4 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4.5 Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja.....	54
Tabel 4.6 Dominansi Tipe Komitmen Organisasi.....	55



DAFTAR BAGAN

Skema 1.1 Bagan Kerangka Pikir	18
Skema 3.1 Bagan Prosedur Penelitian	42



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kisi-kisi Alat Ukur
- Lampiran 2 : Alat Ukur
- Lampiran 3 : Data Pribadi dan Data Penunjang
- Lampiran 4 : Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur
- Lampiran 5 : Dominansi Komponen Komitmen Organisasi
- Lampiran 6 : Tabulasi Silang

