

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepemimpinan transaksional, dan budaya organisasi terhadap *turnover intention* karyawan divisi *sales* dan *marketing* PT. World Innovative Telecommunication region Cimahi.

Manfaat penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan data pustaka. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 70 orang karyawan PT. World Innovative Telecommunication region Cimahi dengan menggunakan metode *Convenience Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa kepemimpinan transaksional dan budaya organisasi secara persial mempunyai pengaruh signifikan terhadap *turnover intention* karyawan divisi *sales* dan *marketing* PT. World Innovative Telecommunication region Cimahi. Sementara itu, secara simultan kepemimpinan transaksional dan budaya organisasi juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *turnover intention* karyawan divisi *sales* dan *marketing* PT. World Innovative Telecommunication region Cimahi. Variabel yang paling dominan pengaruhnya adalah kepemimpinan transaksional.

Kata kunci: **Kepemimpinan Transaksional, Budaya Organisasi, *Turnover Intention*.**



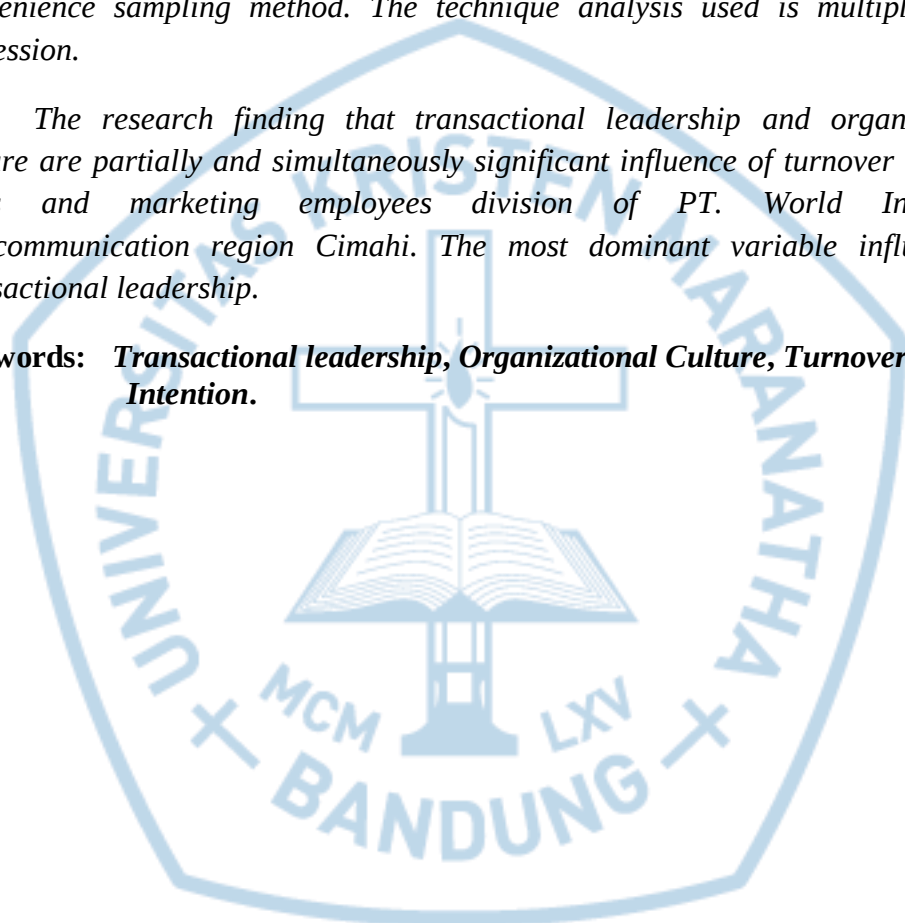
ABSTRACT

The study aims to observe how the transactional leadership, Organizational Culture on Turnover Intention sales and marketing employees division of PT. World Innovative Telecommunication region Cimahi.

This research using quantitative research method with the collection of data through the technique of questionnaires and which is support by secondary data (document). Sample used for this research is 70 sales and marketing employees division of PT. World Innovative Telecommunication region Cimahi by using convenience sampling method. The technique analysis used is multiple linear regression.

The research finding that transactional leadership and organizational culture are partially and simultaneously significant influence of turnover intention sales and marketing employees division of PT. World Innovative Telecommunication region Cimahi. The most dominant variable influence is transactional leadership.

Keywords: *Transactional leadership, Organizational Culture, Turnover Intention.*



Daftar Isi

Abstrak	iii
Abstract.....	ii
Daftar Isi	iii
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	9
2.1. Kajian Kepustakaan.....	9
2.1.1. Definisi Manajemen Sumber Daya Manusia	9
2.1.1.1. Fungsi Manajemen.....	9
2.1.1.2. Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia	10
2.1.2 Gaya Kepemimpinan	11
2.1.2.1. Pengertian Gaya Kepemimpinan.....	11
2.1.2.2. Pengertian Kepemimpinan	11
2.1.2.3. Teori-Teori Kepemimpinan	12
2.1.2.4. Gaya Kepemimpinan Transaksional	13
2.1.2.5. Karakteristik Pemimpinan Transaksional.....	14
2.1.3. Budaya Organisasi	14
2.1.3.1. Proses Terbentuknya Budaya Organisasi.....	14
2.1.3.2. Konsep Budaya Organisasi.....	15
2.1.3.3. Dimensi Budaya Organisasi	16
2.1.3.4. Fungsi dan Manfaat Budaya Organisasi	18
2.1.3.5. Jenis dan Tipe Budaya Organisasi	19
2.1.4. <i>Turnover Intention</i>	20
2.1.4.1. Konsep <i>Turnover Intention</i>	20
2.1.4.2. Dimensi <i>Turnover Intention</i>	22
2.1.4.3. Faktor yang Menimbulkan <i>Turnover Intention</i>	23
2.1.4.4. Cara Menghitung <i>Turnover Intention</i>	24

BAB III_RERANGKA PEMIKIRAN, MODEL DAN HIPOTESIS PENELITIAN	25
3.1. Rerangka Pemikiran	25
3.2. Model Penelitian	26
3.3. Pengembangan Hipotesis.....	27
BAB IV_METODE PENELITIAN	29
4.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	29
4.2. Populasi dan Sampel	29
4.2.1. Populasi	29
4.2.2. Sampel	30
4.3. Teknik Pengambilan Sampel	30
4.4. Metode Penelitian.....	30
4.5. Teknik Pengumpulan Data	31
4.6. Skala Pengukuran.....	32
4.7. Operasionalisasi Variabel	33
4.8. Variabel Kontrol.....	35
4.9. Teknik Analisis Data	36
4.9.1. Uji Validitas Instrumen.....	36
4.9.2. Uji Reliabilitas	37
4.10. Uji Asumsi Klasik	37
4.10.1. Uji Normalitas.....	37
4.10.2. Uji Multikolinearitas	37
4.10.3. Uji Heteroskedastisitas.....	38
4.11. Uji Hipotesis.....	39
3.11.1. Uji Regresi Linear Berganda.....	39
3.11.2. Uji F (Signifikansi Simultan).....	40
3.11.3. Uji T (Signifikansi Partial).....	41
4.12. Koefisien Determinasi	43
BAB V_HASIL PENELITIAN	44
5.1. Gambaran Umum	44
5.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	45
5.2.1. Hasil Pengujian Validitas Instrumen	46
5.3. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	49
5.4. Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Kepemimpinan Transaksional.....	50
5.5. Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Budaya organisasi	54
5.6. Deskriptif Tanggapan Responden Mengenai Turnover Intention	58
5.7. Hasil Pengujian Asumsi Regresi	61

5.8. Pengaruh Kepemimpinan Transaksional dan Budaya Organisasi terhadap Turnover Intention	64
5.8.1. Analisis Regresi Berganda	65
5.8.2. Koefisien Korelasi	66
5.8.3. Uji Hipotesis Simultan	68
5.8.4. Pengaruh Kepemimpinan Transaksional terhadap Turnover Intention.....	69
5.8.5. Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Turnover Intention	71
5.9. Koefisien Determinansi (R^2).....	72
BAB VI <u>K</u> ESIMPULAN DAN SARAN.....	74
6.1. Kesimpulan	74
6.2. Saran	74



Daftar Tabel

Tabel 1.1	
Data <i>Turnover Intention Sales</i> dan <i>Marketing</i> Oppo Cimahi	5
Tabel 4.1	
Data Populasi Penelitian Berdasarkan Status	30
Tabel 4.2	
Skala Likert.....	32
Tabel 4.3	
Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 4.4	
Variabel Kontrol	35
Tabel 4.5	
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	42
Tabel 5.1	
Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 5.2	
Profil Responden berdasarkan Usia	44
Tabel 5.3	
Profil Responden berdasarkan Status Perkawinan	45
Tabel 5.4	
Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 5.5	
Profil Responden berdasarkan Lama Bekerja	45
Tabel 5.6	
Hasil Perhitungan Nilai Validitas Variabel Kepemimpinan Transaksional.....	46
Tabel 5.7	
Hasil Perhitungan Nilai Validitas Variabel Budaya Organisasi (X2).....	47
Tabel 5.8	
Hasil Perhitungan Nilai Validitas <i>Turnover Intention</i> (Y)	48
Tabel 5.9	
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	49
Tabel 5.10	
Tanggapan Responden Mengenai Kepemimpinan Transaksional	51
Tabel 5.11	
Tanggapan Responden Mengenai Budaya organisasi	55

Tabel 5.12	
Tanggapan Responden Mengenai Turnover Intention	59
Tabel 5.13	
Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 5.14	
Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 5.15	
Hasil Regresi Linier Berganda	65
Tabel 5.16	
Korelasi Antara Variabel X dan Y	66
Tabel 5.17	
Korelasi Ganda	67
Tabel 5.18	
Pengujian Hipotesis Simultan	68
Tabel 5.19	
Hasil Uji Parsial (Uji t)	70
Tabel 5.20	
Hasil Uji Parsial (Uji t)	71
Tabel 5.21	
Koefisien Determinasi Simultan X terhadap Y	72
Tabel 5.22	
Koefisien Determinasi Parsial X – Y	73

Daftar Gambar

Gambar 1.1	
<i>Market Share Smartphone Ranking 2015 - 2017</i>	2
Gambar 2.1	
Proses Terbentuknya Budaya Organisasi	15
Gambar 2.2	
Model Penelitian	27
Gambar 5.1	
Proses Terbentuknya Budaya Organisasi	53
Gambar 5.2	
Interval skor Penilaian Budaya Organisasi	57
Gambar 5.3	
Interval skor Penilaian Turnover Intention	60
Gambar 5.4	
Grafik Uji Normalitas	62
Gambar 5.5	
Grafik Uji Heterokedastisitas	62
Gambar 5.6	
Grafik Uji Normalitas	64