

## ABSTRAK

*Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui profil komitmen terhadap organisasi pada staf marketing PT 'X' di Sukabumi. Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, maka rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan penelitian deskriptif dengan teknik survei. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah staf marketing PT 'X' di Sukabumi. Atas dasar karakteristik yang ditetapkan diperoleh sampel 55 staf marketing.*

*Alat ukur yang digunakan adalah merupakan modifikasi dari alat ukur Organizational Commitment Questioner (OCQ) yang dibuat oleh Meyer & Allen, 1997 yang terdiri dari 55 item. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi Rank Spearman dan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus koefisien reliabilitas Alpha Cronbach diperoleh 33 item yang diterima. Validitas berkisar 0.314-0.727 dan reliabilitas sebesar 0.8072.*

*Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh data bahwa sebanyak 27.3 Affective tinggi, Continuance tinggi, Normative tinggi, 20.1% staf marketing dengan komitmen Affective rendah, Continuance tinggi, Normative rendah, 14.5% memiliki Affective tinggi, Continuance rendah, Normative tinggi, 10.9% memiliki Affective tinggi, Continuance tinggi, Normative rendah, 10.9% Affective rendah, Continuance tinggi, Normative tinggi, 12.7% memiliki komitmen Affective rendah, Continuance, 3.6% memiliki komitmen Affective tinggi, Continuance rendah, Normative rendah.*

*Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti mengajukan saran kepada staf marketing untuk lebih meningkatkan dan mempertahankan komitmen terhadap perusahaan dengan cara mengidentifikasikan dirinya terhadap perusahaan, dengan menganggap bahwa masalah yang ada dalam perusahaan merupakan masalah dia juga, kemajuan perusahaan merupakan kemajuan dia juga sehingga yang pada akhirnya dapat mendorong staf marketing untuk lebih bertanggung jawab untuk mengerjakan tugas-tugas yang diberikan perusahaan. Bagi pihak perusahaan disarankan untuk lebih memberikan perhatian terhadap masalah gaji/imbalance dan fasilitas yang diberikan kepada staf marketing supaya lebih mendorong para staf marketing dalam menyelesaikan tugas-tugasnya dengan baik sehingga memberi keuntungan pada perusahaan. Peneliti juga mengajukan saran agar dilakukan penelitian serupa dengan menghubungkan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Komitmen terhadap Organisasi seperti kepuasan kerja dan hubungan atasan dengan karyawannya.*

## DAFTAR ISI

Lembar Judul	
Lembar Pengesahan	
Abstrak .....	i
Kata Pengantar .....	ii
Daftar Isi .....	v
Daftar Bagan .....	ix
Daftar Tabel .....	x
Daftar Lampiran .....	xi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	11
1.3.1 Maksud Penelitian .....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	11

1.5	Kerangka Pikir .....	12
1.6	Asumsi .....	23

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1	<i>Komitmen Terhadap Organisasi</i> .....	24
2.1.1	Pengertian Komitmen Terhadap Organisasi.....	24
2.1.2	Komponen Komitmen Terhadap Organisasi.....	26
2.1.3	Antecedents Komitmen Terhadap Organisasi.....	28
2.1.4	Faktor-Faktor yang berpengaruh pada Komitmen Terhadap Organisasi.....	34
2.1.5	Konsekuensi Komitmen Terhadap Organisasi.....	39
2.1.6	Pembentukan Komitmen Terhadap Organisasi.....	41
2.1.7	Pengukuran Komitmen Terhadap Organisasi.....	44
2.2	Teori Perkembangan Masa Dewasa Awal.....	45

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Rancangan Penelitian .....	48
3.2	Bagan Rancangan Penelitian.....	48
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	49

3.3.1	Variabel Penelitian .....	49
3.3.2	Definisi Operasional .....	49
3.4	Alat Ukur	
3.4.1	Kuesioner .....	50
3.4.2	Data Pribadi dan Data Penunjang .....	52
3.4.3	Validitas Dan Reliabilitas.....	52
	3.4.3.1 Validitas Alat Ukur.....	54
	3.4.3.2 Reliabilitas Alat Ukur.....	49
3.5	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	55
3.5.1	Populasi Sasaran .....	55
3.5.2	Karakteristik Populasi .....	55
3.5.3	Teknik Penarikan Sampling .....	55
3.6	Teknik Analisis .....	56

### BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran responden.....	57
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58

4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan tingkat pendidikan....	58
4.1.4	Gambaran Responden Berdasarkan Status Marital.....	59
4.1.5	Gambaran Responden Berdasarkan Masa Kerja.....	59
4.2	Hasil penelitian.....	60
4.2.1	Profil komitmen Terhadap Organisasi Berdasarkan Komponen <i>Affective, Continuance, Normative</i> .....	60
4.3	Pembahasan.....	61

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	77
5.2.1	Saran untuk penelitian selanjutnya.....	77
5.2.2	Saran Guna Laksana.....	78

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	79
-----------------------------	----

<b>DAFTAR RUJUKAN</b> .....	80
-----------------------------	----

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir .....	22
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian .....	48

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.1 Pembagian Item.....	52
Tabel 4.1.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin.....	57
Tabel 4.1.2 Gambaran responden berdasarkan tingkat usia.....	58
Tabel 4.1.3 Gambaran responden berdasarkan tingkat pendidikan .....	58
Tabel 4.1.4 Gambaran responden berdasarkan status marital.....	59
Tabel 4.1.4 Gambaran responden berdasarkan masa kerja.....	59
Tabel 4.2.1 Hasil Penelitian .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 Alat Ukur dan Data Penunjang.Hasil

LAMPIRAN 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Komitmen Terhadap  
Organisasi

LAMPIRAN 3 Data Mentah

LAMPIRAN 4 Profil Komitmen Terhadap Organisasi

LAMPIRAN 5 Hasil pengolahan Tabulasi silang Profil Komitmen dengan Data  
Penunjang

LAMPIRAN 6 Profil PT 'X'