

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sumber daya manusia merupakan aspek terpenting dalam sebuah organisasi ataupun perusahaan. Hal tersebut dikarenakan sumber daya manusia merupakan faktor utama penggerak organisasi dibandingkan dengan faktor lain, seperti teknologi dan modal. Oleh karena itu perusahaan harus mengelola karyawannya dengan baik sehingga tenaga penjual dapat berfungsi secara produktif, efektif, dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Karyawan yang dikelola baik akan mendorong perusahaan untuk mencapai tujuan dan akan meningkatkan kemampuannya untuk berkembang.

Di era globalisasi persaingan bisnis yang semakin maju dan terus meningkat, pola hidup masyarakat di prediksi akan mengalami perubahan yang cukup berarti. Mulai dari kehidupan sehari-hari sampai kehidupan sosial akan mengalami perubahan seiring dengan tuntutan perkembangan yang terjadi di masyarakat. Tenaga penjual dalam sebuah organisasi akan cenderung untuk membentuk sebuah kepercayaan secara umum terkait sejauh mana organisasi menghargai kontribusi tenaga penjual dan peduli atas kesejahteraannya, persepsi yang dimiliki oleh tenaga penjual inilah yang sering juga disebut dengan *Perceived Organizational Support (POS)*, yang mana Komitmen Organisasi juga dinilai sebagai jaminan bahwa bantuan akan tersedia dari organisasi pada saat dibutuhkan untuk menjalankan pekerjaan

seseorang secara efektif dan pada saat menghadapi situasi yang sangat *menegangkan* (Rhoades & Eisenberger, 2002).

Menurut Handoko kepuasan kerja merupakan sikap umum yang merupakan hasil dari beberapa sikap khusus terhadap faktor-faktor pekerjaan, penyesuaian diri dan hubungan individu di luar kerja (Kartika et al., 2010). Menurut Robbins kepuasan kerja merupakan sikap umum terhadap pekerjaan seseorang, selisih antara banyaknya ganjaran yang diterima seorang pekerja dan banyaknya yang mereka yakini seharusnya mereka terima (Sugandi, 2013). Sehingga mendapatkan kesimpulan bahwa kepuasan kerja adalah sikap umum yang menunjukkan tingkat pemikiran setuju atau tidak terhadap pekerjaan seseorang.

Menurut Panggabean komitmen organisasi mengacu pada tingkat keterlibatan individu dengan organisasinya yang dikarakteristikan dengan 3 faktor yaitu penerimaan dan kepercayaan akan tujuan dan nilai yang dianut organisasi, kesediaan untuk menggunakan seluruh kemampuan guna kemajuan organisasi, dan keinginan untuk tetap berada atau bekerja dalam organisasi (Satriowati, 2016). Menurut Sopiah komitmen organisasi juga dapat dijelaskan sebagai dimensi perilaku penting yang dapat digunakan untuk menilai kecenderungan tenaga penjual untuk bertahan sebagai anggota organisasi (Komariah et al., 2008). Menurut Robbins mengatakan komitmen organisasional adalah tingkat dimana seorang pekerja mengidentifikasi sebuah organisasi, tujuan dan harapannya untuk tetap menjadi anggota (Agustini et al., 2017).

Salah satu bisnis modern di Indonesia yang sedang mengalami penurunan adalah industri ritel. Industri ritel di Indonesia tengah menghadapi persoalan pelik. Satu per satu pelaku industri ritel menghentikan operasi gerai ritelnya. Tercatat hingga saat ini sudah ada beberapa pelaku usaha ritel yang menutup gerai usahanya salah satunya Matahari *Department Store*. Menurut Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO) Haryadi Sukamdani (2017) dalam kompas.com mengatakan perlu ada upaya dari pemerintah agar persoalan tutupnya gerai ritel tidak terus berlanjut. Tutupnya gerai tersebut disebabkan oleh penurunan jumlah pembelian konsumen. Menurut *Corporate Secretary & Legal Director* Matahari di mall tersebut sepi hingga kini belum balik modal. Miranti menegaskan kembali, untuk cabang lainnya masih dalam keadaan sehat dan mampu meraup penjualan yang positif.

Dalam penelitian ini penulis mengambil objek yang akan diteliti adalah tenaga penjual dari PT. Matahari *Department Store* cabang Lippo Mall KramatJati. Matahari sendiri adalah sebuah perusahaan ritel di Indonesia yang merupakan pe milik dari jaringan toserba Matahari. Saat ini, PT. Matahari *Department Store* merupakan salah satu anak perusahaan dari LippoGroup. Per kuartal pertama tahun 2017, PT. Matahari *Department Store* sudah mempunyai 151 gerai di lebih dari 60 kota di Indonesia dan satu gerai online MatahariStore.com. Matahari telah hadir di kancah ritel Indonesia selama hampir enam dekade. Gerai pertamanya, yang merupakan toko pakaian untuk anak-anak, dibuka pada 24 Oktober 1958 di Pasar Baru, Jakarta. Sejak itu, Matahari terus berkembang menjadi perusahaan nasional, membuka *department store* modern pertama di Indonesia pada tahun 1972

dan mendirikan basis konsumensetia di seluruh Indonesia. Dengan jaringan 142 gerai di 66 kota, Matahari menyediakan lapangan pekerjaan bagi 50.000 orang di Indonesia dan mendapatkan 80% produk pembelian langsung dan kondisi nyadar isekitar 850 pemasok lokal. Saham Matahari yang ditawarkan kepada publik oleh *Asia Color Company Limited* dan PT Multipolar Tbk pada tahun 2013 menarik perhatian dunia dan meningkatkan kepemilikan publicatas Perseroan dari 1,85% menjadi 47,35% per 28 Maret 2013. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan profil Perseroan di Indonesia dan seluruh dunia, tetapi juga memperkuat likuiditas perdagangan sahamnya di Bursa Efek Indonesia, memperluas akses pembiayaan dari pasar domestik dan internasional serta meningkatkan potensi dalam memperoleh pengenaan tariff pajak yang lebih rendah sesuai peraturan perpajakan di Indonesia.

Dari pemaparan diatas yang sudah dijelaskan, peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut dikarenakan Matahari sudah memiliki nama besar dan sudah membuktikan bahwa PT. Matahari *Departement Store* merupakan perusahaan yang sukses, sehingga disini sudah dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia yang dilakukan oleh PT. Matahari *Departement store* sudah berjalan baik.

Pada penelitian ini peneliti lebih berfokus untuk meneliti tentang tenaga penjual tetap yang berada di PT. Matahari *Departement Store*. Melalui table dari catatan PT. Matahari *Department Store* secara keseluruhan, dapat diketahui peningkatan pegawai dari 2017 hingga 2019 sebagai berikut:

Table 1. 1 Peningkatan Tenaga Penjual Dari Tahun 2017-2018

Keterangan	Tahun					
	2017			2018		
	Pria	Wanita	Jumlah	Pria	Wanita	Jumlah
Tenaga Penjual	4.033	6.951	10.984	4143	7.182	11.325

Sumber :*Annual Report* Matahari Department Store 2017 dan 2018

Berdasarkan table 1.1 tersebut dapat diperoleh data yakni terdapat peningkatan jumlah tenaga penjual dari tahun 2017 hingga 2018 sebanyak 341 orang yang terdiri dari 231 wanita dan 110 pria. Secara khusus dapat dilihat gambaran *turnover* tenaga penjual PT. Matahari *Department Store* secara spesifik pada konteks penelitian akan membahas pada perusahaan PT. Matahari *Department Store* cabang Lippo KramatJati Jakarta Timur yang akan menjadi objek penelitian ini. *Turnover* tenaga penjual mulai dari tahun 2015 hingga tahun 2018 sebagai berikut:

Table 1. 2 Jumlah Turnover Tenaga Penjual PT. Matahari Department Store Cabang Lippo Mall Kramat Jati per Desember 2018

Keterangan	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
Masuk	10	5	8	17
Keluar	5	3	12	8

Sumber: PT. Matahari *Departement Store* cabang Lippo KramatJati Jakarta Timur, 2018

Dari data tersebut menunjukkan turnover tenaga penjual dari tahun 2015 – tahun 2018 sebanyak 28 tenaga penjual tidak terlepas dari kepuasan

kerja yang mereka rasakan serta komitmen organisasi di dalamnya, sehingga menyebabkan mereka memilih mengundurkan diri atau tetap bekerja di perusahaan tersebut. Han (2012), menyatakan dalam penelitiannya bahwa Peran *Perceived Organizational Support (POS)* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan kerja, selain itu penelitian Ni Putu Lady Agustini (2017) berpendapat bahwa Peran *Perceived Organizational Support (POS)* berpengaruh positif signifikan terhadap Komitmen Organisasi.

Dalam hal kepuasan kerja dilihat dari segi pendapatan yang diterima tenaga penjual yakni gaji, maka gaji tenaga penjual yang ada di PT. Matahari *Department Store* telah sesuai dengan UMR DKI Jakarta yaitu sebesar 3.3 juta/perbulan. Data gaji yang diperoleh berdasarkan hasil wawancara salah satu tenaga penjual di PT. Matahari *Department Store* cabang Lippo Mall Kramat Jati. Hal ini memungkinkan bahwa tenaga penjual telah puas dengan pendapatan yang mereka terima namun dalam factor selain gaji bisa jadi menjadi pengaruh negatif atau positif yang menjadi tolak ukur kepuasan kerja tenaga penjual.

Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan, kepuasan kerja dan komitmen organisasi memberikan nilai positif terhadap tenaga penjual. Peneliti merasa perlu adanya penelitian lebih jauh mengenai hal tersebut pada suatu perusahaan retail.

Penelitian ini merupakan replikasi dari model penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Fu (2009). Alasan peneliti mereplikasi model penelitian ini ialah karena dalam model tersebut, Fu (2009) menggunakan *Three-Component Organizational Commitment Measurement* untuk

mengukur komitmen organisasi. Tiga komponen pengukuran kinerja organisasi tersebut adalah *affective commitment*, *normative commitment*, *continuance commitment*. Untuk itu peneliti tertarik mengembangkan penggunaan pengukuran ini pada objek penelitian yang telah peneliti jelaskan diatas, dengan judul **“Perceived Organizational Support (POS) dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasi Studi Pada Tenaga Penjual PT. Matahari Department Store cabang Lippo KramatJati”**.

1.2 Ruang Lingkup Masalah

Metode penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, pengambilan data dilakukan melalui kuesioner. Berdasarkan itu maka penelitian ini memiliki ruang lingkup sebagai berikut:

1. Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah *Perceived Organizational Support (POS)*. Tenaga penjual dalam sebuah organisasi akan cenderung untuk membentuk sebuah kepercayaan secara umum terkait sejauh mana organisasi menghargai kontribusi tenaga penjual dan peduli atas kesejahterannya, persepsi yang dimiliki oleh tenaga penjual inilah yang sering juga di sebut *Perceived Organizational Support (POS)* yang dinilai sebagai jaminan bahwa bantuan akan tersedia dari organisasi pada saat dibutuhkan untuk menjalankan pekerjaan seseorang secara efektif dan pada saat menghadapi situasi yang sangat menegangkan (Rhoades & Eisenberger, 2002).
2. Variabel endogen dalam penelitian ini adalah Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi. Robbins dan Judge menyatakan bahwa kepuasan kerja adalah tingkat perasaan menyenangkan yang diperoleh dari penilaian pekerjaan

seseorang atau pengalaman kerja (Wibowo, 2014). Komitmen organisasi merupakan dimensi perilaku penting yang dapat digunakan untuk menilai kecenderungan tenaga penjual untuk bertahan sebagai anggota organisasi. Komitmen organisasi merupakan identifikasi dan keterlibatan seseorang yang relative kuat terhadap organisasi (Komariah et al, 2008).

3. Responden pada penelitian ini pada tenaga penjual tetap yang berjumlah 107 orang dan tidak termasuk direktur dan manajer.

1.3 Rumusan Masalah

Terdapat beberapa masalah yang ditemukan untuk membuktikan kebenarannya dalam penelitian ini. Sesuai dengan latar belakang yang telah di jelaskan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor tersebut kepada tenaga penjual PT. Matahari *Departement Store*, dengan beberapa masalah yang akan diteliti, yaitu:

1. Apakah *Perceived Organizational Support (POS)* memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Kerja?
2. Apakah *Perceived Organizational Support (POS)* memiliki pengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi?
3. Apakah Kepuasan Kerja memiliki pengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi?

1.4 Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dan membuktikan secara teoritis, praktis, empiris mengenai:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *Perceived Organizational Support (POS)* terhadap kepuasan kerja.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh positif *Perceived Organizational Support (POS)* terhadap Komitmen Organisasi.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh positif Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dan kontribusi yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat secara akademik

Peneliti ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia khususnya mengenai Komitmen Organisasi. Dimana untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari *Perceived Organizational Support (POS)* dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasi tenaga penjual. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai perluasan penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang komitmen organisasi tenaga penjual.

2. Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan yang berguna bagi organisasi untuk mengembangkan strategi manajemen sumber daya manusia. Selain itu juga menjadi salah satu acuan dalam mengembangkan praktek dalam meningkatkan *Perceived Organizational Support (POS)* dan Kepuasan Kerja. Diharapkan dengan adanya penelitian ini organisasi dapat menentukan strategi yang sesuai untuk mengatasi

permasalahan sumber daya manusia dan dapat mencapai tujuan organisasi dengan kinerja yang baik.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penelitian empiris ini terdiri dari 5 (lima) bab yang masing-masing berisi tentang:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang pemilihan topik, ruang lingkup penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari pemaparan teori-teori yang terakait dengan perceived support organizational, kepuasan kerja tenaga penjual dan komitmen organisasi. Pengembangan kerangka pemikiran, hubungan antar variabel penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pemaparan mengenai objek penelitian tenaga penjual penjualan PT. Matahari *Department Store* Cabang Lippo KramatJati Jakarta. Populasi dan sampel penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel, model penelitian teknik pengolahan data, dan teknik pengujian hipotesis.

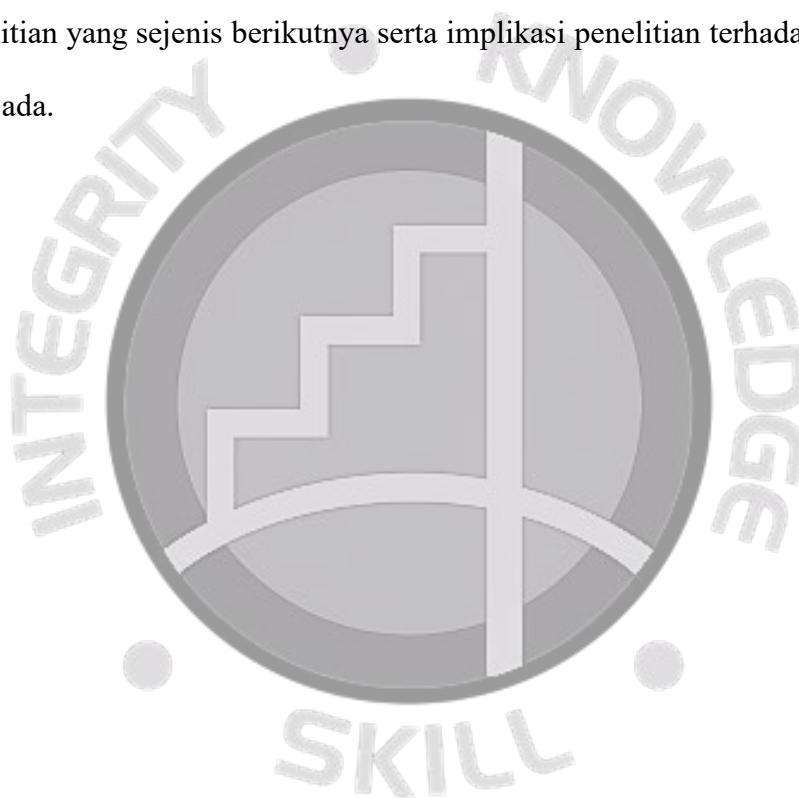
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN MASALAH

Bab ini berisi tentang analisa data yang diperoleh peneliti dari angket yang telah disebarkan kepada responden sebagai sumber data primer. Data penelitian ini adalah hasil dari kuesioner yang disebarkan kepada 107

responden. Adapun data lain diperoleh melalui pengamatan atau observasi, dan studi pustaka yang digunakan peneliti sebagai data sekunder atau penunjang guna melengkapi dan memperluas data utama.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil pada bab empat sebelumnya, memberikan saran dari peneliti untuk objek PT. Matahari *Department Store* Cabang Lippo KramatJati Jakarta, dan saran untuk penelitian yang sejenis berikutnya serta implikasi penelitian terhadap praktik yang ada.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Hasibuan (2011), manajemen sumber daya manusia yaitu ilmu dan seni dalam mengatur proses tenaga kerja agar efektif dan efisien serta membantu terwujudnya tujuan perusahaan, pegawai, dan masyarakat. Mondy (2008) mengemukakan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah pemanfaatan sejumlah individu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi. Menurut Noe et al sumber daya manusia mengacu pada kebijakan, praktik, dan sistem yang mempengaruhi perilaku, sikap dan kinerja tenaga penjual (Utami, 2016).

2.1.2 Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia

Fungsi manajemen sumber daya manusia merupakan dasar dari pelaksanaan proses manajemen sumber daya manusia yang efektif dan efisien dalam mencapai tujuan perusahaan. Menurut Mondy (2008), mengatakan bahwa fungsi manajemen sumber daya manusia yang efektif, yaitu:

1. Penyediaan Staf (*tenaga penjualing*)

Penyediaan staf (*tenaga penjualing*) merupakan proses yang menjamin suatu organisasi untuk selalu memiliki jumlah tenaga penjual yang tepat dengan keahlian-keahlian yang memadai dalam pekerjaan-pekerjaan yang tepat, pada waktu yang tepat untuk mencapai tujuan organisasi.

2. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan SDM adalah fungsi MSDM utama yang tidak hanya terdiri atas pelatihan dan pengembangan namun juga aktivasi-aktivasi perencanaan dan pengembangan karier individu, pengembangan organisasi, serta manajemen dan penilaian kinerja.

3. Kompensasi

Kompensasi mencakup semua imbalan total yang diberikan kepada tenaga penjual sebagai timbal balik untuk jasa mereka.

4. Keselamatan dan Kesehatan

Keselamatan adalah perlindungan bagi para tenaga penjual dari luka-luka yang disebabkan kecelakaan-kecelakaan yang terkait dengan pekerjaan. Kesehatan adalah bebasnya para tenaga penjual dari sakit secara fisik atau emosi.

5. Hubungan Ketenaga penjualan dan Perburuhan

Perusahaan dituntut oleh hukum untuk mengakui serikat buruh dan tawar-menawar dengan itikad baik jika tenaga penjual perusahaan ingin serikat buruh untuk mewakili mereka. Di masa lalu, hubungan ini adalah cara yang diterima bagi banyak pengusaha, namun sebagian besar perusahaan saat ini lebih suka memiliki lingkungan serikat bebas.

2.2 Perceived Organizational Support (POS)

Perceived Organizational Support (POS) adalah sejauh mana tenaga penjual percaya organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli tentang kesejahteraan mereka (Robbins & Judge, 2014). Menurut Eisenberger et al. mengatakan *Perceived Organizational Support (POS)* disebut keyakinan mengenai sejauh mana tenaga penjual merasa bahwa organisasi mereka

memperhatikan kesejahteraan dan menghargai kontribusi mereka (Joo et al., 2015). Tenaga penjual dalam sebuah organisasi akan cenderung untuk membentuk sebuah kepercayaan secara umum terkait sejauh mana organisasi menghargai kontribusi tenaga penjual dan peduli atas kesejahterannya, persepsi yang dimiliki oleh tenaga penjual inilah yang sering juga di sebut *Perceived Organizational Support (POS)*, yang mana juga dinilai sebagai jaminan bahwa bantuan akan tersedia dari organisasi pada saat dibutuhkan untuk menjalankan pekerjaan seseorang secara efektif dan pada saat menghadapi situasi yang sangat menegangkan (Rhoades & Eisenberger, 2002).

Perceived Organizational Support (POS) bergantung pada proses attributional yang digunakan untuk menunjukkan komitmen yang dilakukan oleh orang lain dalam suatu hubungan sosial. Dukungan organisasional dipengaruhi oleh interaksi seseorang dengan organisasi dimana organisasi tersebut memberikan pujian, dukungan dan persetujuan. Sedangkan Blau dalam (Rhoades et al., 2001) menyatakan bahwa *Perceived Organizational Support (POS)* dipengaruhi oleh frekuensi, keekstriman, dan usaha pemberian pujian dan penghargaan, serta *rewards* lainnya seperti gaji, penilaian kinerja, *job enrichment*, dan pengaruh kebijakan organisasi.

Mengidentifikasi kejujuran, dukungan supervisor, *reward* organisasi dan kondisi kerja yang baik sebagai sifat organisasi yang berpengaruh positif terhadap *Perceived Organizational Support (POS)* (Rhoades & Eisenberger, 2002). Dukungan organisasi terhadap tenaga penjual dapat meliputi : organisasi dapat diandalkan, organisasi dapat

dipercaya, organisasi memperlihatkan minat anggota, dan organisasi memperhatikan kesejahteraan anggota. Kondisi kerja yang menyenangkan seperti adanya kesempatan promosi, *system reward*, pemberian fasilitas, dan kesempatan mendapatkan pelatihan juga akan memberikan kontribusi terhadap *Perceived Organizational Support (POS)*.

2.2.1 Konsekuensi Perceived Organizational Support (POS)

Persepsi bahwa tenaga penjual dihargai oleh organisasi menguatkan keyakinan tenaga penjual bahwa organisasi akan memenuhi kewajibannya untuk mengenali sikap dan perilaku tenaga penjual, memberi *rewards* yang mereka inginkan. Armeli et al., mengatakan bahwa dukungan organisasi dapat membantu memenuhi kebutuhan-kebutuhan sosial dan emosional tenaga penjual, yang pada akhirnya menciptakan kewajiban tenaga penjual untuk membalas jasa kepada organisasi (Rhoades & Eisenberger, 2002). Tingginya level dukungan organisasi akan menciptakan perasaan untuk memenuhi kewajiban tenaga penjual bukan hanya merasa bahwa mereka harus memiliki komitmen kepada organisasi, melainkan juga merasa berkewajiban untuk memberbalas jasa atas komitmen yang diberikan organisasi dengan menunjukkan perilaku yang mendukung tujuan organisasi.

Perceived Organizational Support (POS) dapat memperkuat pengharapan tenaga penjual bahwa organisasi akan memberi pemahaman yang simpatik dan bantuan material untuk berhubungan dengan situasi stres di tempat kerja atau di rumah, yang akan membantu memenuhi kebutuhan terhadap dukungan emosional (Rhoades et al., 2001). *Perceived Organizational Support (POS)* juga merupakan upaya untuk memberi

penghargaan, perhatian, dan peningkatan kesejahteraan kepada setiap tenaga penjual sesuai dengan usaha yang diberikan bagi organisasi. Dukungan organisasi ini pada dasarnya merupakan sesuatu yang senantiasa diharapkan setiap tenaga penjual. Bila tenaga penjual merasakan adanya dukungan dari organisasi dan dukungan itu sesuai dengan norma, keinginan, dan harapannya maka tenaga penjual dengan sendirinya akan memiliki komitmen untuk memenuhi kewajibannya pada organisasi. Dan tenaga penjual tentunya tidak akan pernah meninggalkan organisasi, karena tenaga penjual sudah memiliki rasa atau ikatan emosional yang kuat terhadap organisasi tempat dia bekerja (Rhoades & Eisenberger, 2002).

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perceived Organizational Support (POS)

Perceived Organizational Support (POS) dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek dari perlakuan organisasi terhadap tenaga penjual, yang pada akhirnya mempengaruhi interpretasi tenaga penjual mengenai motif-motif organisasional yang menjadi dasar perlakuan itu. Hal ini menunjukkan bahwa derajat dukungan yang tenaga penjual inginkan dari organisasi bervariasi bergantung dari situasinya (Rhoades & Eisenberger, 2002).

Pada penelitian Armeli et al., dukungan organisasi dipengaruhi pula oleh kebijakan dan keputusan yang menunjukkan perhatian organisasi terhadap kesejahteraan tenaga penjual (Rhoades & Eisenberger, 2002). Shore et al., juga mengatakan bahwa keadilan tentang pembuatan keputusan yang berhubungan dengan distribusi SDM, mempunyai pengaruh yang kuat

terhadap dukungan organisasi yang diindikasikan oleh *Perceived Organizational Support (POS)* (Rhoades & Eisenberger, 2002).

2.2.3 Indikator Perceived Organizational Support (POS)

Menurut Fu dkk (2009), indikator peran keterlibatan organisasi disusun sebagai berikut dengan mengaplikasikan perusahaan sebagai PT. Matahari *Department Store* :

POS 1. PT. Matahari *Department Store* sangat memperhatikan nilai-nilai dan tujuan saya.

POS 2. PT. Matahari *Department Store* peduli tentang pendapat saya.

POS 3. PT. Matahari *Department Store* bersedia memberikan bantuan Ketika saya memiliki masalah atau kesulitan.

POS 4. PT. Matahari *Department Store* peduli dengan kesejahteraan saya.

2.3 Kepuasan Kerja (KK)

Kepuasan kerja yang mana secara umum merupakan sebuah sikap tenaga penjual secara emosional yang menyenangkan, mencintai pekerjaannya dengan sepenuh hati (Han et al., 2012). Menurut Artatio, et al (2015) kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dengan mana para tenaga penjual memandang pekerjaan mereka. Kepuasan kerja merupakan keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan yang dilihat dan dialami oleh tenaga penjual terhadap pekerjaannya, sehingga kepuasan ini sangat berkaitan erat dengan sikap dari tenaga penjual atas pekerjaan itu sendiri, situasi kerja, kerjasama dengan pimpinan serta rekan kerja (Zanaria, 2007).

Kepuasan kerja merupakan sebuah kondisi emosional yang menyenangkan sebagai hasil dari penilaian seseorang atas pekerjaannya dalam mencapai sebuah prestasi kerja yang telah dilakukannya (Astrauskaite et al., 2011). Apabila tenaga penjual puas dengan pekerjaan mereka, maka mereka akan cenderung menunjukkan tingkat absensi yang rendah, dan berkomitmen tinggi untuk menghasilkan hasil yang positif untuk organisasi dan juga mereka akan menetap dalam organisasi. Sebaliknya, tenaga penjual yang tidak puas dengan pekerjaan mereka cenderung memiliki absensi yang lebih tinggi dan tingkat stres yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi efektivitas rekan kerja lainnya, selain itu mereka memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk beralih ke perusahaan lain.

Dari pengertian tersebut kepuasan kerja dapat disimpulkan bahwa sebuah sikap tenaga penjual dalam keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak yang dilihat atau dialami oleh karyawan itu sendiri terhadap pekerjaannya, situasi kerja atau rekan kerjanya serta dengan pimpinan.

2.3.1 Aspek-Aspek Kepuasan Kerja

Robbins dan Coulter dalam Lidyaningsih (2016) menyatakan bahwa ada lima aspek kepuasan kerja, yaitu sebagai berikut:

1. Kerja yang secara mental menantang

Tenaga penjual cenderung menyukai pekerjaan-pekerjaan yang memberi mereka kesempatan untuk menggunakan keterampilan dan kemampuan mereka dalam menawarkan tugas, kebebasan dan umpan balik mengenai keahlian mereka dalam mengerjakan tugas tersebut. Karakteristik ini membuat kerja seseorang secara mental tertantang. Pekerjaan yang kurang

menantangakan menciptakan kebosanan, sebaliknya jika terlalu banyak pekerjaan yang menantangakan menciptakan perasaan gagal. Pada kondisi tantangan yang sedang, kebanyakan tenaga penjual akan mengalami kesenangan dan kepuasan dalam bekerja.

2. Ganjaran yang pantas

Para tenaga penjual menginginkan pemberian upah dan kebijakan promosi yang mereka anggap adil dan sesuai dengan harapan mereka. Upah terlihat adil apabila yang didasarkan pada tuntutan pekerjaan, tingkat keterampilan individu, dan standar upah tenaga penjual, kemungkinan besar akan menghasilkan kepuasan. Tidak semua orang mengejar uang. Banyak orang yang bersedia menerima uang yang lebih kecil untuk bekerja dalam tempat yang lebih diinginkan atau dalam pekerjaan yang kurang mendesak atau mempunyai kebebasan yang lebih besar dalam pekerjaan yang mereka lakukan pada saat jam-jam kerja. Maksud dari pembahasan tersebut menunjukkan bahwa besarnya upah bukanlah jaminan untuk mencapai kepuasan, namun yang lebih penting adalah persepsi keadilan. Sama dengan tenaga penjual yang berusaha mendapatkan kebijakan dan promosi yang lebih banyak, dan status sosial yang ingin ditingkatkan. Individu-individu yang mempersepsikan bahwa keputusan promosi dibuat dalam cara yang adil kemungkinan besar akan mendapatkan kepuasan dari pekerjaan mereka.

3. Kondisi kerja yang mendukung

Tenaga penjual akan peduli dengan lingkungan kerja mereka, baik untuk kesenangan pribadi maupun untuk memudahkan mengerjakan tugas. Studi-studi yang telah dilakukan menemukan bahwa tenaga penjual lebih menyukai

lingkungan kerja yang tidak berbahaya, seperti temperatur, cahaya, kebisingan, dan faktor lingkungan lain harus diperhitungkan dalam pencapaian kepuasan kerja.

4. Rekan kerja yang mendukung

Orang-orang akan mendapatkan lebih daripada sekedar uang atau prestasi yang berwujud dari rekan kerja. Bagi kebanyakan tenaga penjual, kerja juga mengisi kebutuhan akan interaksi sosial. Sudah hal yang biasa apabila mempunyai rekan kerja yang ramah dan yang mendukung agar kepuasan kerja meningkat. Perilaku atasan saat ini juga merupakan penentu utama dari kepuasan.

5. Kesesuaian kepribadian dengan pekerjaan

Pada dasarnya orang yang mempunyai tipe kepribadian sama dengan pekerjaan yang mereka pilih, seharusnya mereka mempunyai keterampilan dan kemampuan yang tepat untuk memenuhi tuntutan dari pekerjaan mereka. Akan lebih besar kemungkinannya untuk berhasil dalam pekerjaan tersebut, dan lebih memungkinkan untuk mencapai kepuasan yang tinggi dari pekerjaan mereka.

2.3.2 Faktor-Faktor Kepuasan Kerja

Ada lima faktor penentu kepuasan kerja menurut Kartika & Kaihatu dalam Han et al. (2012) yang disebut dengan *Job Descriptive Index* (JDI), yaitu:

1. Pekerjaan itu sendiri
2. Gaji
3. Kesempatan atau promosi

4. Supervisor
5. Rekan kerja

Menurut Mangkunegara dalam Lidyarningsih (2016) menyatakan bahwa faktor-faktor kepuasan kerja berhubungan dengan *turnover*, tingkat absensi, umur, tingkat pekerjaan, dan ukuran organisasi, dimana akan dijelaskan sebagai berikut:

1. *Turnover*

Kepuasan kerja yang lebih tinggi dapat dihubungkan dengan *turnover* pegawai yang rendah, sedangkan pegawai-pegawai yang kurang puas, biasanya tingkat *turnover*nya lebih tinggi.

2. Tingkat ketidakhadiran (absensi) kerja

Pegawai-pegawai yang kurang puas cenderung tingkat ketidakhadirannya (absen) tinggi. Mereka sering tidak hadir kerja dengan alasan yang tidak logis dan subjektif.

3. Umur

Ada kecenderungan dimana pegawai yang berumur lebih tua, merasa lebih puas daripada pegawai yang berumur relatif muda. Hal ini diasumsikan bahwa pegawai yang lebih tua, merasa lebih berpengalaman dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan pekerjaannya, sedangkan pegawai yang berusia muda mempunyai harapan yang ideal tentang dunia kerjanya, tetapi jika antara harapannya dengan realita kerja terdapat kesenjangan atau ketidakseimbangan, maka akan menyebabkan mereka menjadi tidak puas.

4. Tingkat pekerjaan

Pegawai-pegawai yang menduduki tingkat pekerjaan yang lebih tinggi cenderung lebih puas daripada pegawai yang menduduki pekerjaan yang lebih rendah. Pegawai yang tingkat pekerjaannya lebih tinggi menunjukkan kemampuan kerja yang baik dan aktif dalam menyampaikan ide-ide serta kreatif dalam bekerja.

5. Ukuran organisasi perusahaan

Ukuran organisasi perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pegawai. Hal ini disebabkan karena besar kecilnya suatu perusahaan maka akan berhubungan pula dengan kordinasi, komunikasi, dan partisipasi pegawai.

2.3.4 Indikator Kepuasan Kerja

Indikator Kepuasan Kerja menurut *Fu et al (2009)* adalah sebagai berikut:

KK 1. Secara umum, saya sangat puas dengan pekerjaan ini.

KK 2. Secara umum saya puas dengan jenis pekerjaan yang saya lakukan di dalam pekerjaan ini.

KK 3. Secara umum, saya suka bekerja di PT. Matahari *Department Store*.

2.4 Komitmen Organisasi

Robbins dan Judge mendefinisikan komitmen organisasi sebagai situasi di mana seorang tenaga penjual sejalan dengan organisasi tertentu, serta tujuan dan keinginan untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi (Lidyaningsih, 2016). Menurut Bakan et al dalam Lidyaningsih (2016), keberhasilan suatu organisasi tidak hanya tergantung pada bagaimana

organisasi membuat kompetensi manusia, tetapi juga bagaimana mendorong komitmen organisasi tenaga penjual. Menurut Tella et al, Komitmen organisasi merupakan motivator terkuat yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk bekerja dengan baik, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan keterampilan (Lidyaningsih, 2016). Komitmen organisasi penting bagi organisasi karena untuk mengetahui pencapaian organisasi yang berupa tujuan, produktivitas, absensi dan perputaran tenaga penjual.

Kesimpulannya bahwa komitmen organisasi merupakan suatu keadaan atau keinginan seorang tenaga penjual untuk tetap menjadi anggota organisasi tertentu, dan mempertahankan keanggotaan dalam organisasi tersebut.

2.4.1 Model Komitmen Organisasi

Komitmen organisasi merupakan variabel yang tidak berdiri sendiri, melainkan terdiri dari beberapa komponen. Allen dan Meyer mengajukan tiga bentuk komitmen organisasi, yaitu sebagai berikut (Eslami & Gharakhani, 2012):

1. Komitmen afektif (*Affective commitment*)

Komitmen afektif menunjukkan sejauh mana seseorang mengidentifikasi diri, keterlibatan dalam suatu organisasi, dan ikatan emosional. Tenaga penjual yang komitmen organisasinya berdasarkan komitmen afektif yang kuat akan meneruskan bekerja dengan perusahaan karena keinginan mereka sendiri, berdasarkan tingkat identifikasinya dengan perusahaan dan kesediannya untuk membantu organisasi dalam mencapai tujuan. Seseorang menetap pada suatu organisasi karena mereka menginginkannya (*want to*). Hal ini

disebabkan karena individu menetap dalam suatu organisasi karena keinginannya sendiri.

2. Komitmen normatif (*Normative commitment*)

Keyakinan individu tentang tanggungjawab terhadap organisasi. Normatif merupakan perasaan-perasaan pegawai tentang kewajiban yang harus diabaikan kepada organisasi, dan Tindakan tersebut merupakan hal benar yang harus dilakukan. Tenaga penjual dengan komitmen normatif yang kuat akan tetap bergabung dalam organisasi karena mereka harus melakukan sesuatu (*ought to do*). Individu tetap tinggal pada suatu organisasi karena merasa wajib untuk loyal pada organisasi tersebut.

3. Komitmen kontinuan (*Continuance commitment*)

Komitmen individu yang didasarkan pada pertimbangan tentang apa yang harus dikorbankan bila akan meninggalkan organisasi. Individu memutuskan menetap pada suatu organisasi karena menganggapnya sebagai suatu pemenuhan kebutuhan. Seseorang tersebut dikatakan menjadi anggota organisasi karena mereka membutuhkannya (*need to*). Individu yang memutuskan menetap pada suatu organisasi karena menganggapnya sebagai suatu pemenuhan kebutuhan dapat dikatakan memiliki komitmen kontinuan.

2.4.3 Indikator Komitmen Organisasi

Fu et al. (2009) menyusun indikator komitmen organisasi sebagai berikut:

KA 1. Saya merasa seperti bagian dari keluarga di perusahaan.

KA 2. Saya merasa terikat secara emosional dengan perusahaan.

KA 3. Perusahaan memiliki banyak arti pribadi bagi saya.

KA 4. Saya merasakan rasa memiliki pada perusahaan.

KN 1. Melompat dari satu organisasi ke organisasi lain sama sekali tidak etis bagi saya.

KN 2. Salah satu alasan utama mengapa saya terus bekerja untuk perusahaan karena saya percaya bahwa kesetiaan itu penting dan karena itu merasa ada kewajiban moral untuk tetap tinggal.

KN 3. Jika saya mendapat tawaran lain untuk pekerjaan yang lebih baik di tempat lain, saya tidak akan merasa berhak meninggalkan.

KN 4. Saat ini, tetap bersama adalah masalah kebutuhan saya.

KC 1. Saat ini, tetap bersama adalah masalah kebutuhan saya.

KC 2. Saya merasa bahwa saya memiliki sedikit pilihan untuk mempertimbangkan untuk meninggalkan.

KC 3. Salah satu dari beberapa konsekuensi yang serius untuk perusahaan adalah alternatif yang ada.

2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini. Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka pada hasil penelitian terdahulu, ditemukan beberapa penelitian tentang *Perceived Organizational Support (POS)* dan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasi, yaitu:

Table 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Frank Q.Fu dkk (2009) (Fu et al., 2009)	Managing the drivers of organizational commitment and salesperson effort : an application of meyer and allen's three component model	Variabel Dependen: Komitmen Organisasi Variabel Independen: <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> , Kepuasan Kerja.	<i>Perceived Organizational Support (POS)</i> berpengaruh positif terhadap komitmen afektif. Kepuasan kerja berpengaruh signifikan positif terhadap komitmen afektif. <i>Perceived Organizational Support</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap komitmen normative dan berpengaruh negatif terhadap komitmen kontinuan.
Ni Putu Lady Agustini, I Gusti Ayu Manuati Dewi, Made Subudi (2017) (Agustini et al., 2017)	Pengaruh <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> terhadap turnover intention dengan komitmen organisasional sebagai variabel mediasi	Variabel Dependen: Turnover Intention Variabel Independen: <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> ,	<i>Perceived Organizational Support</i> terhadap komitmen organisasi berpengaruh positif. <i>Perceived Organizational Support</i> terhadap turnover intention berpengaruh positif.

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
		Organizational Commitment.	
Linda Rhoades, Robert Eisenberger, and Stephen Armeli (2001) (Rhoades et al., 2001)	Affective commitment to the organization : the contribution of <i>Perceived Organizational Support (POS)</i>	Variabel Dependen: Afektif Komitmen. Variabel Independen: Organizational rewards, procedural justice, supervisor support, KO,	Komitmen Organisasi sangat mempunyai peran penting dalam proses komitmen.
Catalia Rafsiah Sari (2015) (Sari & Trisakti, n.d.)	Hubungan <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> terhadap organizational citizenship behaviour melalui organizational commitment pada beberapa puskesmas di DKI Jakarta	Variabel Dependen: Organizational Citizenship Behaviour Variabel Independen: <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> , Organizational Commitment.	<i>Perceived Organizational Support</i> berpengaruh positif terhadap OCB. <i>Perceived Organizational Support</i> berpengaruh positif terhadap Komitmen organisasi.
Giovanni Gutama, Meliana C. Hermanto, Thomas S. Kaihatu, Endo Wijaya Kartika (Gutama, C, Kaihatu, & Kartika, 2014)	Analisa pengaruh leader-member exchange terhadap kepuasan kerja tenaga penjual melalui <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> sebagai variabel mediasi di restoran de boliva Surabaya	Variabel Dependen: Kepuasan Kerja Variabel Independen: Leader-member Exchange, <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> , Tenaga Penjual	Leader-member Exchange (LMX) berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Kerja Tenaga penjual Di Restoran De Boliva Surabaya Leader-member Exchange (LMX) berpengaruh secara Leader-member Exchange (LMX) berpengaruh secara Positif dan signifikan terhadap <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> di

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
			Restoran De Boliva Surabaya Leader-member Exchange (LMX) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> di Restoran De Boliva Surabaya <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja Tenaga penjual di Restoran De Boliva Surabaya.
Sia tjun han, agustinus nugroho, endo w. Kartika, dan Thomas s. Kaihatu (2012) (Han et al., 2012)	Komitmen afektif dalam organisasi yang dipengaruhi <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> dan kepuasan kerja	Variabel Dependen: Affective Commitment Variabel Independen: <i>Perceived Organizational Support (POS)</i>, Job satisfaction	<i>Perceived Organizational Support (POS)</i> terbukti berpengaruh secara positif. <i>Perceived Organizational Support</i> signifikan terhadap Kepuasan Kerja. <i>Perceived Organizational Support (POS)</i> dalam penelitian ini juga terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Komitmen Afektif.
Lay Yervry Christian (2015)	Pengaruh <i>Perceived Organizational Support</i> dan Kepemimpinan Situasional Terhadap Kepuasan Kerja	Variabel Dependen: Kepuasan Kerja Variabel Independen: Pengaruh <i>Perceived Organizational</i>	<i>Perceived organizational support</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja tenaga penjual Uranus, kepemimpinan Situasional berpengaruh signifikan

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
	Toko Buku Uranus`	Suppor, Kepemimpinan Situasional.	terhadap kepuasan kerja tenaga penjual Uranus, serta <i>perceived organizational support</i> dan kepemimpinan Situational berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan kerja tenaga penjual Uranus.
Firmananda Utama, Akbar Djamhur Hamid, Mochammad Djudi (2016)	Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasional dan Kinerja Tenaga penjual (studi Pada Tenaga penjual Tetap PG Kebon Agung Malang)	Variabel Dependen: Kepuasan Kerja Kinerja Tenaga Penjual Variabel Independen: Komitmen Organisasional, dan	Kepuasan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap Komitmen Organisasi Kepuasan kerja berpengaruh secara signifikan terhadap Kinerja Tenaga penjual.

Sumber : berbagai jurnal dan data diolah penulis, 2018

2.6 Hubungan Antar Variabel

2.6.3 Perceived Organizational Support (POS) terhadap Kepuasan Kerja

Menurut Robbins (2008:103) *Perceived Organizational Support (POS)* adalah tingkat sampai dimana tenaga penjual yakin organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli dengan kesejahteraan mereka. Penelitian menunjukkan bahwa individu merasa organisasi mereka bersifat suportif ketika penghargaan di pertimbangkan. Sedangkan kepuasan kerja adalah keadaan emosional yang menyenangkan atau tidak menyenangkan dimana para tenaga penjual memandang pekerjaan mereka (Artatio, et al., 2015). Apabila dalam sebuah organisasi dimana organisasi tersebut peduli kepada tenaga penjual baik dalam segi kesejahteraan ataupun kualitas tenaga penjual maka tenaga penjual akan merasa dihargai oleh perusahaan tersebut atas eksistensi dirinya maka dia akan merasa nyaman sehingga mendapat kepuasan dalam bekerja di perusahaan tersebut.

Menurut hasil penelitian dari (Han et al., 2012) *Perceived Organizational Support (POS)* terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Kerja. Selain itu menurut penelitian yang dilakukan oleh Gutama, et al (2014) Kepuasan Kerja dapat dipengaruhi oleh *Perceived Organizational Support (POS)*. Pada Christian (2015) mengenai Pengaruh *Perceived Organizational Support*, Kepemimpinan Situasional Terhadap Kepuasan Kerja ditemukan hasil bahwa *Perceived organizational support* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja tenaga penjual. Oleh sebab itu hipotesis ke-1 penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho1 : *Perceived Organizational Support (POS)* tidak memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan kerja.

Ha1 : *Perceived Organizational Support (POS)* memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Kerja.

2.6.3 Pengaruh *Perceived Organizational Support (POS)* terhadap Komitmen Organisasi

Menurut penelitian terdahulu Utomo (2019) bahwa *perceived organizational support* memiliki hasil positif signifikan terhadap komitmen organisasi. Semakin banyaknya karyawan merasakan *perceived organizational support*, maka semakin mereka merasa dihormati dan terhormat dalam organisasi, dengan harapan bahwa kinerja mereka yang maksimal akan di hargai. Penelitian diatas berkaitan dengan studi kasus peneliti bahwa semakin tenaga penjual yang merasakan *perceived organizational support* secara penuh maka mereka merasa sangat di hargai dan dihormati sehingga menjadikan mereka berkomitmen penuh untuk memberikan kinerja terbaik terhadap perusahaan.

Menurut Fitria et al., (2018) *perceived organizational support* adalah persepsi karyawan terhadap organisasi mengenai sejauh mana organisasi menghargai kontribusi dan peduli tentang kesejahteraan mereka. Karyawan dengan tingkat *perceived organizational support* yang tinggi lebih maksimal dalam bekerja. Karyawan yang percaya bahwa organisasi menghargai kontribusi dan peduli tentang kesejahteraan mereka, maka mereka lebih bersedia mengambil risiko atas nama organisasi dengan keyakinan bahwa organisasi dengan keyakinan bahwa organisasi mengenali maksud hati mereka dan dedikasinya untuk organisasi. Oleh karena itu peneliti menyimpulkan bahwa *perceived organizational support* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen organisasi.

Peneliti lain juga mendukung bahwa *perceived organizational support* memiliki pengaruh besar terhadap komitmen organisasi. *Perceived organizational support* terdiri dari kesempatan berkarir, pay satisfaction,

dukungan keluarga, penghargaan, kondisi pekerjaan dan prosedur perusahaan yang sesuai, Ketika semua factor tersebut dipenuhi oleh perusahaan dan mendukung karyawan nya maka karyawan merasa peduli dan menghargai nilai-nilai dan norma perusahaan secara komitmen Sherwani (2019).

Ho2 : *Perceived Organizational Support (POS)* tidak memiliki pengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi.

Ha2 : *Perceived Organizational Support (POS)* memiliki pengaruh positif terhadap Komitmen Organisasi.

2.6.4 Pengaruh Kepuasan Kerja (KK) terhadap Komitmen Organisasi

Menurut penelitian terdahulu Tania dan Sutanto (2013) Kepuasan kerja berpengaruh terhadap komitmen organisasional. Apabila kepuasan kerja meningkat maka variabel komitmen organisasional juga akan mengalami peningkatan. Adanya kepuasan kerja dapat meningkatkan komitmen organisasional karyawan, karena karyawan yang merasa mempunyai kepuasan kerja akan memberikan usaha yang maksimal untuk tercapainya tujuan organisasi, bersedia berkorban demi kepentingan organisasi dan mempunyai keinginan yang kuat untuk tetap tinggal dalam organisasi sehingga nantinya akan menumbuhkan komitmen organisasional.

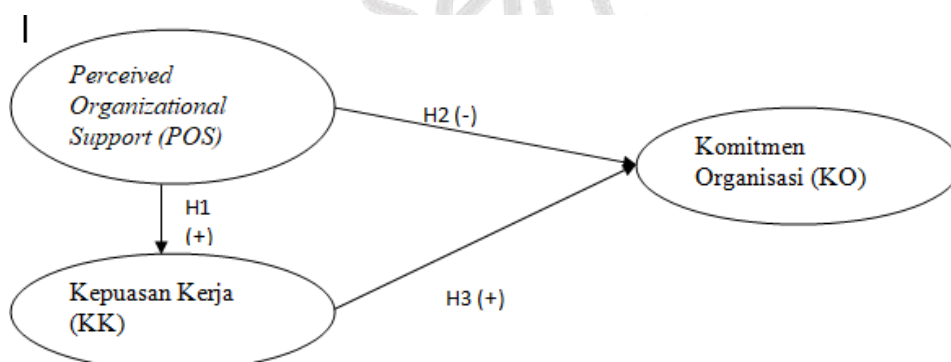
Kepuasan Kerja adalah sikap emosional yang menyenangkan dan mencintai pekerjaannya. Kepuasan kerja dalam pekerjaan adalah kepuasan kerja yang dinikmati dalam pekerjaan dengan memperoleh hasil kerja, penempatan, perlakuan, peralatan dan suasana lingkungan kerja yang baik. Ketika karyawan merasa terpenuhi kepuasan kerja atas beberapa indikator yang saya sebutkan sebelum nya maka karyawan memiliki komitmen

organisasi yang kuat. Sehingga keinginan mereka berusaha keras sebagai bagian dari organisasi akan menunjukkan kewajibannya untuk tujuan perusahaan Akbar, Hamid, dan Djudi (2016).

Penelitian lain Ariawan dan Sriathi (2017) juga menyebutkan bahwa kepuasan kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap komitmen organisasi. Bahwa kepuasan kerja yang digambarkan pada kepuasan gaji, promosi, supervisi dan kerjasama antar pekerja sangat besar pengaruhnya dalam menentukan komitmen pekerja terhadap organisasi. Ini berarti bahwa semakin tinggi kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan maka semakin termotivasi pula karyawan dalam peningkatan komitmen organisasinya dan sebaliknya, semakin rendah kepuasan kerja yang dirasakan oleh karyawan maka semakin karyawan tidak termotivasi untuk meningkatkan komitmen organisasinya.

2.7 Model Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah dan permasalahan yang muncul, serta tujuan teori, maka dalam penelitian ini dibuat model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Model Penelitian

Sumber : (Fu, Bolander, & Jones, 2009)

Berdasarkan model penelitian pada sub bab sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀₁: *Perceived Organizational Support (POS)* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Kerja.

H_{a1}: *Perceived Organizational Support (POS)* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Kerja.

H₀₂: *Perceived Organizational Support (POS)* tidak memiliki pengaruh Positif signifikan terhadap Komitmen Organisasi.

H_{a2}: *Perceived Organizational Support (POS)* memiliki pengaruh signifikan terhadap Komitmen Organisasi.

H₀₃: Kepuasan Kerja tidak memiliki pengaruh Positif signifikan terhadap Komitmen Organisasi.

H_{a3}: Kepuasan Kerja memiliki pengaruh Positif signifikan terhadap Komitmen Organisasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada tenaga penjual PT. Matahari *Departemend Store* Lippo KramatJati jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi, antara lain kepuasan kerja dan komitmen organisasi.

3.2 Jenis dan Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja yang digunakan dalam melakukan sebuah penelitian, desain penelitian memberikan serangkaian prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang terstruktur untuk dapat menjawab permasalahan penelitian (Malhotra, 2010).

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif menurut rumaysha dalam Utami (2016) adalah penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif baik bersifat alamiah atau rekayasa dan dikembangkan dengan tujuan untuk menguji variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah *cross sectional* design yang diambil satu kali dalam satu periode.

3.3 Metode Penghimpunan Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya (Kountur, 2007). Sedangkan menurut Malhotra (2010) data primer dihasilkan secara langsung oleh peneliti untuk tujuan tertentu dalam menjawab permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, data primer didapat dengan metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada target responden. Kuesioner adalah pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab, yang dapat dilakukan dengan memberi tanda atau dengan menuliskan jawabannya. (Kountur, 2007).
2. Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan oleh pihak lain dari berbagai sumber, seperti buku-buku, media internet, serta jurnal-jurnal penelitian sebelumnya yang signifikan dengan topik penelitian (Malhotra, 2010). Menurut Kountur (2007) yang menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang bersumber dari hasil penelitian orang lain yang dibuat untuk maksud yang berbeda, namun data tersebut dapat dimanfaatkan. Peneliti mendapat data sekunder melalui metode literature review yang berasal dari buku, jurnal, artikel dari website, koran dan kepustakaan lainnya yang terkait dengan penelitian.

3.4 Populasi dan Sempel

Menurut buku Sugiyono (2012), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dijelaskan oleh Sugiyono (2012). Meskipun sampel hanya merupakan bagian dari populasi, kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel itu harus dapat menggambarkan dalam populasi. Teknik pengambilan data sampel ini didasarkan oleh pertimbangan tertentu, misalnya keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Adapun cara dalam penentuan sampel, penulis menggunakan cara *purposive sampling*. Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) untuk teknis analisis data. Menurut Hair, et al (2010) untuk metode statistik SEM, ukuran sampel yang sesuai adalah 100-200. Menurut Umar dalam Lidyaningsih (2016), sampel yang dapat menggambarkan suatu populasi, maka dalam penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{N + 1}$$

n = JumlahSampel

N= JumlahPopulasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

$$\text{Jumlah Sampel} = N = \frac{147}{(147 \times (0.05)^2) + 1} = 107,46 = 107 \text{ responden}$$

Berdasarkan dari populasi pegawai bagian tenaga penjual sejumlah 147 orang, diperoleh sampel yang dihitung menggunakan rumus slovin sebanyak 107,46 maka ditetapkan sample yang akan diteliti adalah 107 setelah pembulatan. Kuesioner akan dibagikan di PT. Matahari *Department Store* cabang Lippo Kramat Jati yang berisikan 4 (empat) pertanyaan mengenai *Perceived Organizational Support (POS)*, 3 (tiga) pertanyaan mengenai kepuasan kerja, dan 11 (sebelas) pertanyaan mengenai komitmen organisasi.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel penelitian yang disebutkan telah didefinisikan secara menyeluruh, sehingga indikator dan alatukur (*measurement*) yang digunakan dalam penelitian dapat diidentifikasi dengan jelas. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang akan diukur dengan skala likert mulai dari 1-6. Pemilihan skala likert 1-6, agar responden tidak memilih angka netral, sehingga jawaban yang dipilih responden dapat terlihat, mereka cenderung memilih puas atau tidak. kriteria jawaban yang digunakan yakni:

Table 3. 1 Operasional Variable

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Perceived Organizational Support (POS)</i> Sejauh mana tenaga penjual percaya organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli tentang kesejahteraan mereka. (Robbins & Judge, 2014)	POS1: PT. Matahari Department Store sangat memperhatikan nilai-nilai dan tujuan saya POS2: PT. Matahari Department Store peduli tentang pendapat saya POS3: PT. Matahari Department Store bersedia memberikan bantuan ketika saya memiliki masalah atau kesulitan. POS4: PT. Matahari Department Store peduli dengan kesejahteraan saya (Fu et al., 2009)	<i>Interval Scale</i> <i>1-6</i>
Kepuasan kerja (KK) Kepuasan kerja merupakan perasaan positif tentang pekerjaan seseorang yang dihasilkan dari evaluasi	KK1: secara umum, saya sangat puas dengan pekerjaan ini. KK2: secara umum saya puas dengan jenis pekerjaan	<i>Interval Scale</i> <i>1-6</i>

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
karakteristik pekerjaan tersebut. (Robbins & Judge, 2014)	yang saya lakukan di dalam pekerjaan ini. KK3: secara umum, saya suka bekerja di PT. Matahari Department Store (Fu et al., 2009)	
Komitmen Organisasi (KO) Komitmen organisasi adalah sejauh mana seorang individu mengenal organisasi tempatnya bekerja dan berkomitmen untuk mencapai tujuan organisasi. (Kreitner, Robert, Kinicki, & Angelo, 2010)	Komitmen Afektif KA1: Saya tidak merasa seperti bagian dari keluarga di PT. Matahari Department Store KA2: Saya tidak merasa terikat secara emosional dengan PT. Matahari Department Store KA3: PT. Matahari Department Store memiliki banyak arti untuk pribadi saya KA4: Saya tidak merasakan rasa memiliki PT. Matahari Department Store Komitmen Normatif KN5:	<i>Interval Scale</i> 1-6

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	Melompat dari satu organisasi ke organisasi lain sama sekali tidak etis bagi saya KN6: Salah satu alasan utama mengapa saya terus bekerja untuk PT. Matahari Department Store adalah karena saya percaya bahwa kesetiaan itu penting dan karena itu merasa ada kewajiban moral untuk tetap tinggal KN7: Jika saya mendapat tawaran lain untuk pekerjaan yang lebih baik di tempat lain, saya tidak akan merasa berhak meninggalkan PT. Matahari Department Store KN8: Saya diajari untuk percaya pada nilai setia pada satu organisasi Komitmen Kontinuan KC9:	

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	Saat ini, untuk tetap bersama PT. Matahari Department Store adalah masalah kebutuhan saya KC10: Saya merasa bahwa saya memiliki sedikit pilihan untuk mempertimbangkan untuk meninggalkan PT. Matahari Department Store KC11: Salah satu dari beberapa konsekuensi yang serius untuk meninggalkan PT. Matahari Department Store adalah alternatif yang ada (Fu et al., 2009)	

Sumber: Robbins & Judge (2014), Kreitner, Robert, Kinicki, & Angelo (2010), Fu et al.

(2009)

3.6 Metode Analisis Data

Model penelitian yang akan digunakan adalah model hubungan atau pengaruh untuk menguji hipotesis yang diajukan maka metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) adalah prosedur untuk memperkirakan serangkaian hubungan ketergantungan antara satu set konsep atau kontribusi diwakili oleh beberapa variabel yang diukur dan dimasukkan ke dalam sebuah model yang terintegrasi (Malhotra, 2010). Proses SEM dilakukan secara otomatis yaitu dengan bantuan software yang membantu menganalisis model SEM, *software* tersebut adalah AMOS 22 *for windows*. Sebuah model SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari measurement model dan overall model. Measurement model ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor berdasarkan indikator-indikator empirisnya. Selanjutnya, overall model adalah model keseluruhan hubungan yang membentuk atau menjelaskan kualitas antara faktor. Menurut Wijanto (2008) ada beberapa tahapan pokok yang dilalui dalam menggunakan SEM untuk sebuah kegiatan penelitian, yaitu:

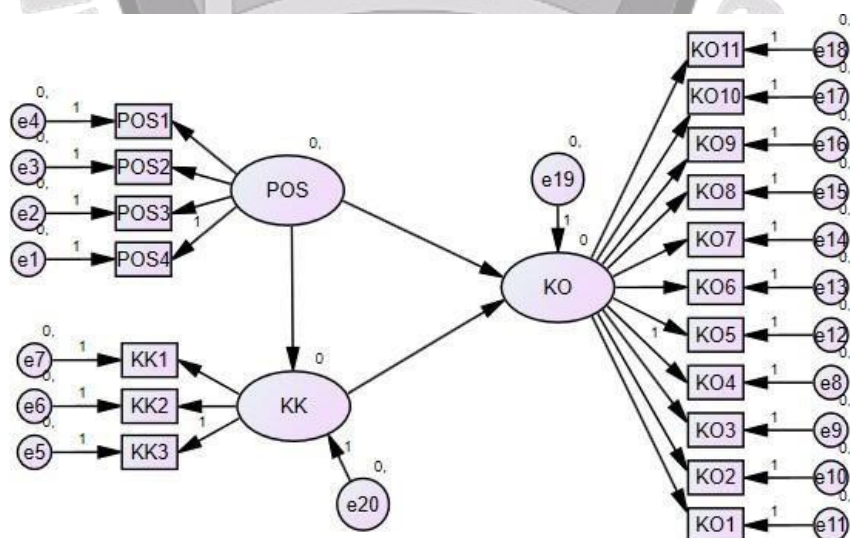
- 1) Spesifikasi model (*specification model*)
- 2) Identifikasi (*indentification*)
- 3) Estimasi (*estimation*)
- 4) Uji kecocokan (*testing fit*)

3.6.1 Spesifikasi Model

SEM dimulai dengan menspesifikasikan model yang akan diestimasi. Spesifikasi model yang mempresentasikan permasalahan yang diteliti adalah penting dalam SEM.

Penelitian ini memiliki variabel laten eksogen dan endogen, yaitu *Perceived Organizational Support (POS)* (variabel eksogen), kepuasan kerja dan komitmen organisasi (variabel endogen).

Variabel teramati atau variabel terukur adalah variabel yang dapat diamati atau disebut sebagai variabel indikator. Variabel teramati merupakan indikator atau ukuran dari variabel eksogen maupun variabel endogen. Pada metode survey menggunakan kuesioner, setiap pertanyaan mewakili variabel pada penelitian.



Gambar 3. 1 Struktur Model

3.6.2 Identifikasi (*Identification*)

Menurut Santoso (2012), kaitan *Degree Of Freedom* dengan SEM sebelum pengujian model dilakukan adalah pemahaman identifikasi model. Identifikasi sebuah model (SEM) berkaitan dengan ketersediaan informasi yang cukup untuk mengidentifikasi adanya sebuah solusi dari persamaan struktural. Untuk menentukan sebuah model layak di uji atau tidak menggunakan besaran *Degree of Freedom*. Formula untuk menunjukkan *Degree Of Freedom* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$df = \text{Number of distinct sample moment} - \text{number of distinct parameters to be estimated}$

Rumus di atas secara matematis dapat disederhanakan menjadi:

$$df = \frac{1}{2} [(p).(p + 1)] - k$$

dimana:

p = jumlah variable manifes (*observed variables*) pada model k = jumlah parameter yang akan diestimasi

Secara garis besar terdapat 3 kategori identifikasi dalam persamaan simultan, yaitu (Wijanto, 2008) :

1. *Under-Identified Model* yaitu model dengan jumlah parameter yang akan diestimasi lebih besar dari jumlah data yang diketahui (data tersebut merupakan *variance* dan *covariance* dari variabel-variabel teramati). Pada SEM, model dikatakan *under-identified* jika *degree of freedom* adalah *negative*. Jika terjadi *under-identified* maka estimasi dan penilaian model tidak perlu dilakukan.

2. *Just-Identified Model* adalah model dengan jumlah parameter yang akan diestimasi sama dengan data yang diketahui. Pada SEM, model yang *just-identified* mempunyai *degree of freedom* 0 (nol) dan dalam terminologi SEM dinamakan *saturated*. Pada model yang *just-identified*, penilaian model tidak perlu dilakukan.
3. *Over-Identified Model* adalah model dengan jumlah parameter yang akan diestimasi lebih kecil dari jumlah data yang diketahui. Dalam SEM, model dikatakan *over-identified* jika *degree of freedom* adalah KOitif. Jika terjadi *over-identified* maka estimasi penilaian biasa dilakukan.

3.6.3 Estimasi

Setelah hasil dari identifikasi menunjukkan *over identified* (+) maka tahap ini berkaitan dengan estimasi terhadap model untuk menghasilkan nilai-nilai parameter yang ada di dalam model.

Dalam melakukan estimasi terdapat asumsi dan prasyarat yang penting untuk diketahui dalam menggunakan SEM:

1. Sample Size

Dalam menggunakan SEM diperlukan pengumpulan data dalam jumlah besar antara 100-200 sample agar menghasilkan data yang valid (Hair et al., 2010).

2. Normalitas Data

Data yang disyaratkan pada SEM dan regresi adalah data yang terdistribusi dengan normal.

3.6.4 Uji Kecocokan (Testing Fit Testing)

Model keseluruhan adalah seluruh hubungan antar konstruk yang mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) maka dari itu terdapat variabel laten eksogen dan variabel endogen.

3.6.4.1 Kecocokan Model Keseluruhan (*Overall Model Fit*)

Tahap pertama dari uji kecocokan ini ditunjukkan untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *Godness Of Fit* (GOF) antara data dengan model. Menilai GOF suatu SEM secara menyeluruh (*Overall*) tidak dapat dilakukan secara langsung seperti ada Teknik *multivariate* yang lain (Wijanto, 2008).

1. Ukuran Kecocokan Absolut

Ukuran kecocokan absolut menentukan derajat prediksi model keseluruhan terhadap matriks kolerasi dank ovarian. Dari berbagai ukuran kecocokan absolut, ukuran – ukuran yang biasanya digunakan untuk mengevaluasi SEM adalah sebagai berikut:

a) *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

Indeks merupakan salah satu indeks informative dalam SEM. Rumus perhitungan RMSEA adalah sebagai berikut:

$$RMSEA = \sqrt{\frac{NN}{NN}}$$

Dimana $NO = \text{Max} \{F\text{-df}/(n-1), 0\}$

Nilai RMSEA ≤ 0.05 menandakan close fit, sedangkan $0.05 < RMSEA \leq 0.08$ menunjukkan good fit, 0.08 sampai 0.10 menunjukkan mediocre (marginal) fit, serta nilai RMSEA > 0.10

menunjukkan poor fit.

b) CMIN/DF

CMIN/DF adalah nilai CMIN dibagi dengan DF. Rumus perhitungan

CMIN/DF adalah sebagai berikut :

$$\frac{\text{CMIN}}{\text{DF}}$$

2. Ukuran Kecocokan Inkremental

Ukuran kecocokan inkremental membandingkan model yang diusulkan dengan model dasar (baseline model) yang sering disebut sebagai null model atau independence model.

a. Comparative Fit Index (CFI)

Adapun rumus CFI adalah sebagai berikut:

$$\text{CFI} = 1 - \frac{I_1}{I_2}$$

Dimana : $I_1 = \max(I_h, 0)$ dan $I_2 = \max(I_h, I_i, 0)$ $I_h = [(n-1)F_h - df_h]$

dan $I_i = [(n-1)F_i - df_i]$

Nilai CFI akan berkisar dari 0 sampai 1. Nilai $\text{CFI} \geq 0,90$ menunjukkan good fit, sedangkan $0,80 \leq \text{CFI} \leq 0,90$ sering disebut sebagai marginal fit.

Pembahasan tentang uji kecocokan serta batas – batas nilai yang menunjukkan tingkat kecocokan baik (*good fit*) untuk setiap GOF (*goodness of fit*) dapat diringkas ke dalam tabel sebagaiberikut:

Tabel 3.2 Perbandingan Ukuran-Ukuran GOF

Ukuran GOF	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	- Rata-rata perbedaan per <i>degree of freedom</i> yang diharapkan terjadi dalam populasi dan bukan sampel. - RMSEA $\leq 0,80$ adalah <i>goodfit</i>, sedangkan RMSEA $< 0,05$ adalah <i>close fit</i>
CMIN/DF	Nilai CMIN/DF ≤ 5 adalah <i>goodfit</i>
Incremental fit Measures	
<i>Comparative Fit Index</i> (CFI)	Nilai berkisar antara 0-1, dengan nilai lebih tinggi adalah lebih baik. CFI $\geq 0,90$ adalah <i>good fit</i>, sedangkan $0,80 \leq \text{CFI} \leq 0,90$ adalah <i>marginal fit</i>.

Sumber: Hair et al (2010)

b. *Normed fit index* (NFI)

Selain NNFI, Bentler dan Bonnet (1980) juga mengusulkan ukuran GOF yang dikenal sebagai NFI. NFI ini mempunyai nilai yang berkisar dari 0 sampai 1. Nilai NFI $\geq 0,90$ menunjukkan *good fit*, sedangkan $0,80 \leq \text{NFI} \leq 0,90$ sering disebut sebagai *marginal fit*. Untuk memperoleh nilai NFI dapat digunakan rumus berikut:

$$\text{NFI} = \frac{(N_{II}^2 - N_{NN}^2)}{N_{II}^2}$$

3.6.4.2 Kecocokan Model Pengukuran (*Measurement Model Fit*)

Uji kecocokan model pengukuran akan dilakukan terhadap setiap konstruk atau model pengukuran (hubungan antara sebuah variabel laten dengan beberapa variabel teramati atau indikator) secara terpisah melalui (Wijanto, 2008):

1. Evaluasi validitas (*validity*) pada model pengukuran.
2. Evaluasi realibilitas (*reliability*) pada model pengukuran.

3.6.5 Uji Reliabilitas dan Validitas Model (Pre-Test)

3.6.5.1 Uji Validitas (Pre-Test)

Uji Validitas adalah ketepatan atau kecenderungan suatu instrumen dalam mengukur sesuatu yang hendak diukur (Hair et al., 2010). Dalam penelitian ini, instrumen penelitian diharapkan dapat mengukur variabel kepuasan kerja, komitmen organisasi, organizational citizenship behavior dan kinerja karyawan.

Pengukuran validitas dilakukan dengan melakukan analisis faktor pada hasil pre-test, untuk melihat nilai Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy, Bartlett's Test of Sphericity, Anti Image Matrices, dan Factor Loading of Component Matrix. Ketentuan dari tiap-tiap nilai tersebut dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 3.3 Ukuran Validitas

Ukuran Validitas	Nilai di Isyaratkan
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy</i> . KMO MSA adalah statistik yang mengindikasikan prporasi variasi dalam variabel yang merupakan variasi umum (<i>common varriance</i>), yakni variansi dalam penelitian	Nilai KMO diatas 0,5 menunjukan bahwa faktor analisis dapat digunakan
<i>Barlett's Test of Sphericity</i> mengindikasikan bahwa matriks kolerasi adalah matriks indentitas, yang mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam faktor bersifat <i>related</i> atau <i>unrelated</i>	Nilai signifikansi adalah hasil uji. Nilai yang kurang dari 0,05 menunjukan hubungan yang signifikan antar variabel, merupakan nilai yang diharapkan
<i>Anti-image Matrices</i> Setiap nilai pada kolom diagonal matriks kolerasi <i>anti-image</i> menunjukan <i>Measure of Sampling Adequacy</i> dari masing-masing indicator	Nilai <i>diagonal anti-image correlation matrix</i> diatas 0,5 menunjukkan variabel cocok atau sesuai dengan struktur variabel lainnya didalam faktor tersebut.

<i>Component Matrix</i> Nilai <i>Factor Loading</i> dari variabel komponen factor	Nilai <i>Factor Loading</i> lebih besar atau sama dengan 0,5
---	--

Sumber: (Hair *et al.*, 2010)

3.6.5.2 Uji Reliabilitas (Pre-Test)

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Hair *et al.*, 2010). Teknik untuk mengestimasi reliabilitas yaitu *test-retest*, *alternative forms*, *split-halves*, dan *Cronbach's alpha* yang menggunakan batasan asumsi yang tidak banyak. Koefisien *Cronbach's alpha* yang berkisar nilai 0,60 sampai 0,70 atau lebih tinggi dapat dikatakan baik. Setelah diuji validitasnya maka beberapa item yang gugur akan dibuang dan item yang tidak gugur maka akan dimasukkan ke dalam uji realibilitasnya. Untuk mengukur realibilitas dalam SEM akan digunakan *composite reliability measure* (ukuran reliabilitas komposit) dan *variance extracted measure* (ukuran ekstrak varian).

Reliabilitas komposit suatu konstruk dihitung sebagai berikut:

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{(\sum \text{std.loading})^2 + \sum \zeta}$$

Nilai *Construct Reliability* (CR)-nya >0.70. wijanto (2008:66)

$$\text{variance Extracted} = \frac{(\sum \text{std.loading})^2}{N}$$

Nilai *variance Extracted* (VE) >0.50 (Hair et.al., 2007).

3.6.6 Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis dapat diketahui dengan cara signifikansi nilai p dari hubungan sebab akibat yang ada dalam model secara keseluruhan. Jika nilai estimasi dalam hasil analisis menunjukkan positif dan nilai $p < 0,05$ dalam hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis tersebut terbukti signifikan dan telah didukung oleh data. Jika nilai estimasi menunjukkan hasil yang negatif dan nilai $p > 0,05$ maka hipotesis tersebut tidak terbukti signifikan dan tidak didukung oleh data.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data

4.1.1. Profil PT. Matahari *Department Store* Cabang Kramat Jati Jakarta

Matahari *Department Store* cabang Kramatjati berada di Lippo Plaza KramatJati lantai 1 dan 2, beralamat di Jl. Raya Bogor KM.19 Kramatjati, Jakarta Timur, 13510. Matahari *Department Store* menyediakan berbagai produk dari brand lokal dan internasional yang terpercaya. Produk-produknya yang berkualitas serta modern dijual dengan harga yang terjangkau. Tempat belanja ini pun sering menawarkan diskon besar bagi para pelanggan setianya. Hampir di setiap momen, *department store* ini hadir dengan penawaran menarik yang sayang untuk dilewatkan. Tak jarang, PT. Matahari *Department Store* juga memberikan penawaran *clearance sale* untuk beberapa produk dengan harga yang sangat miring. Gerai Matahari *Department Store* hadir dengan visual menarik. Penataan ruangnya pun disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, missal lantai 1 berisi kebutuhan wanita, lantai 2 berisi kebutuhan pria, dan lantai 3 berisi kebutuhan anak-anak. Hampir semua produk penunjang gaya hidup tersedia di PT. Matahari *Department Store*. Produk wanita terdiri dari pakaian, aksesoris, sepatu, hingga kosmetik dari berbagai merek ternama. Begitu juga dengan produk untuk pria.

Visi PT. Matahari *Department Store* yaitu Matahari berusaha untuk menginspirasi semua masyarakat Indonesia, baik tua maupun muda, dengan memberikan kepercayaan diri dalam menjalani kehidupan mereka melalui penyediaan akses dalam pemenuhan gaya dan kualitas dengan harga yang terjangkau. Serta Misinya