

Hubungan Komitmen Organisasi Dengan Intensi Turnover Pada Karyawan Marketing Penyedia Layanan Telekomunikasi

Oleh:

Isni Agustriani

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji secara empirik hubungan komitmen organisasi dengan intensi *turnover* pada karyawan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara komitmen organisasi dengan intensi turnover pada karyawan marketing penyedia layanan telekomunikasi.

Populasi penelitian adalah karyawan marketing penyedia layanan telekomunikasi. Sampel penelitian berjumlah 41 siswa yang diambil dengan teknik *cluster sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik *product moment*. Data komitmen organisasi dan intensi *turnover* pada karyawan diperoleh dengan metode skala yaitu dengan skala intensi *turnover* dan komitmen organisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat signifikan antara komitmen organisasi dengan intensi *turnover* pada karyawan. Hal ini dapat dilihat dari hasil $r = -0,764$ dan $r^2 = 0,584$ dengan taraf signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Koefisien determinasi sebesar 0,584 sehingga sumbangan efektif komitmen organisasi dengan intensi *turnover* pada karyawan sebesar 58,4%. Hal ini berarti bahwa 41,6 persen lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti faktor usia, lama bekerja, kepuasan bekerja dan budaya perusahaan.

Kata kunci: *Komitmen Organisasi, Intensi Turnover*

***Relationship Between Organizational Commitment With Intention Turnover
In Marketing Employer Provider Comunication***

By:

Isni Agustriani

Faculty of Psychology, University Islam Sultan Agung Semarang

ABSTRACT

This study aimed to test empirically relationship between intention turnover with organizational commitment in marketing employer. The hypothesis of this study is there is a negative relationship between intention turnover with organizational commitment in marketing employer provider communication.

Data were collected by cluster sampling from 41 marketing employer provider communication. Statistical techniques product moment is used for data analysis. Data intention turnover and organizational commitment in marketing employer obtained by the method of scale, intention turnover scale and organizational commitment scale.

The results showed there was a significant relationship between intention turnover with organizational commitment, $r = -0.764$ and $r^2 = 0.584$ at level of significant $p = 0.000$ ($p < 0.01$). coefficient determination 0.584. Organizational commitment of intention turnover in marketing employer of 58.4%. This means that 41.6 percent were influenced by other factors, such as age, long time of work, working satisfacion and factory culture.

Keywords: Intention Turnover, Organizational Commitment