

NASKAH PUBLIKASI

**PENGARUH *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* TERHADAP
ORGANIZATIONAL COMMITMENT PADA SALESMAN
*TAKING ORDER***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Strata 1 (S-1) Sarjana Psikologi Pada Fakultas Psikologi Universitas
Muhammadiyah Jember



Oleh

Jayi Adit Pranata

NIM 1710811024

**FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER
2020**

NASKAH PUBLIKASI

**PENGARUH *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* TERHADAP
ORGANIZATIONAL COMMITMENT PADA SALESMAN
*TAKING ORDER***

Telah Disetujui Pada Tanggal

18 Januari 2023

Dosen pembimbing

Tanda Tangan

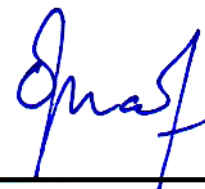
Siti Nur'aini S.P si., M.Si
NIP 197702122005012002



Dosen pembimbing

Tanda Tangan

Danan Satriyo Wibowo S.P si., M.Si
NPK. 1984112511703815



PENGARUH *PSYCHOLOGY CAPITAL* TERHADAP *ORGANIZATIONAL COMMITMENT* PADA *SALESMAN TAKING ORDER*

**Jayi Adit Pranata¹ Siti Nur'aini²
Danan Satriyo Wibowo³**

Universitas Muhammadiyah Jember

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *psychology capital* terhadap *organizational commitment* pada *salesman taking order*. *Psychology capital* merupakan suatu kondisi psikologis individu yang memiliki karakteristik ditandai dengan adanya *self efficacy, hope, optimism* dan ketahanan. *Psychology capital* merupakan salah satu factor personal individu yang memiliki pengaruh terhadap *organizational commitment*. Metode Penelitian ini menggunakan Kuantitatif dengan bentuk hubungan kausal. Peneliti mrnggunakan sampel jenuh yakni seluruh jumlah populasi sebanyak 57 *salesman* dijadikan sebagai sampel. Skala yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan jenis skala *likert* yaitu *organizational commitment quetioner (OCQ)* dan *psychologi capital quetioner (PCQ)*.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dapat dilihat bahwa hipotesis H₁ diterima dan H₀ ditolak. Menggunakan uji *regresi linier* didapat hasil bahwa *psychology capital* mampu mempengaruhi *organizational commitment* dengan prosentase sebesar 50,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Organizational commitent, Psycap*

-
1. Peneliti
 2. Dosen Pembimbing

THE EFFECT OF PSYCHOLOGY CAPITAL ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN SALESMAN TAKE ORDERS

**Jayi adit Pranata¹, Siti Nur'aini²
Danan Satriyo Wibowo³**

Faculty Of Psychology, University Of Muhammadiyah Jember

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of psychology capital on organizational commitment in salesman taking orders. Psychological capital is an individual psychological condition characterized by self-efficacy, hope, optimism and resilience. Psychological capital is one of the individual personal factors that have an influence on organizational commitment.

This research method uses quantitative forms of causal relationships. The researcher used a saturated sample, that is, the entire population of 57 salesmen was used as a sample. The scale used in this study uses a Likert scale, namely the organizational commitment questionnaire (OCQ) and the psychological capital questionnaire (PCQ).

Based on the results of the hypothesis testing conducted, it can be seen that the H1 hypothesis is accepted and H0 is rejected. Using a linear regression test, the results show that psychology capital is able to influence organizational commitment with a percentage of 50.3% and the rest is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: *Organizational commitent, Psycap*

- 1. Researcher*
- 2. First Supervisor*

PENDAHULUAN

Peran seorang *salesman* sangatlah penting bagi tercapainya tujuan sebuah perusahaan distributor, *salesman* juga merupakan divisi yang berhubungan secara langsung dengan klien karena bertugas mengenalkan dan mendistribusikan produk pada pasar, selain itu seorang *salesman* dapat dikatakan representasi dari perusahaan (Saragi & Saragih, 2018). Berdasarkan pada permasalahan yang sering dihadapi salesman memungkinkan salesman akan berhenti dari pekerjaannya, dan akan mencari pekerjaan baru dengan tantangan yang lebih mudah, oleh karena itu penting bagi seorang salesman untuk memiliki sebuah komitmen pada organisasi atau perusahaan.

Lather & Kaur (dalam Rahmayani, Milfayetty, Dewi 2017) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai suatu tingkatan anggota organisasi dimana dirinya sudah mampu mempercayai serta menerima setiap tujuan-tujuan yang ada dalam organisasi, sehingga individu mempertahankan keanggotaannya dalam sebuah organisasi. Dengan demikian bahwasanya komitmen organisasi adalah suatu perilaku yang merupakan interpretasi dalam bentuk perilaku dari perasaan yang dimiliki oleh anggota organisasi baik itu perasaan senang atau tidak senang terhadap suatu organisasi sehingga anggota dalam sebuah organisasi mampu mempertahankan keanggotaannya dengan cara memahami, mempercayai dan menerima tujuan-tujuan yang ada di dalam organisasi.

Organizational commitment merupakan hal yang penting dalam organisasi karena dapat dijadikan sebagai media untuk perilaku anggotanya agar tidak menghindari tanggung jawab yang diberikan oleh organisasi sehingga mencegah anggotanya untuk pindah ke organisasi lain dan tetap bertahan di dalam suatu organisasi. Cotzee (dalam Adnan & Prihatsanti:2017) menyebutkan bahwa individu yang memiliki

organizational commitment akan bekerja lebih teliti, ekstrovet atau mampu berbaur dengan lingkungan disekitarnya (rekan kerja), dan memiliki pandangan positif terhadap diri dan hidupnya. Luthans (dalam Adnan & Prihatsanti, 2017) menjelaskan bahwa orang yang memiliki pandangan positif dalam dirinya ditandai dengan adanya empat hal yaitu: *self efficacy*, *hope*, *optimism*, dan ketahanan serta kemampuan untuk bangkit dari keterpurukan, dan dalam psikologi positif, *Self efficacy*, *hope*, *optimism*, dan ketahanan yang ada di dalam diri seseorang disebut sebagai *psychology capital*.

Luthans, Brunce, & Avolio, (2007) menyebutkan bahwa *psychology capital* adalah perkembangan psikologi positif yang ditandai dengan karakteristik (1) individu memiliki keyakinan terhadap tugas yang diberikan untuk mendapatkan pekerjaan yang menantang yang biasa disebut sebagai *self efficacy*, (2) setelah mendapatkan pekerjaan yang menantang individu akan memiliki pandangan positif terhadap yang dikerjakannya dan melakukan atribusi yang positif untuk keberhasilan tujuannya sekarang dan masa yang akan datang, (3) setelah memiliki pandangan positif individu akan gigih dalam mencapai tujuannya dan bila diperlukan akan mengarahkan jalan untuk tujuannya (*hope*), (4) pada saat individu dihadapkan pada kesulitan dan masalah maka dirinya akan bertahan dan mampu untuk bangkit dari keterpurukannya.

Sebagian besar hasil penelitan terdahulu menunjukkan bukti bahwasanya *psychology capital* mampu mempengaruhi komitmen organisasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Julianti, Dewayanti (2015) menyatakan bahwa dimensi *psychologi capital* berpengaruh secara signifikan dan secara keseluruhan terhadap komitmen organisasi pada karyawan. Sehingga komitmen organisasi dapat dikatakan penting untuk dimiliki seorang karyawan dalam mencapai tujuan dari organisasi atau

perusahaan.

Individu atau anggota organisasi yang memiliki 4 dimensi *psychology capital* dengan kata lain memiliki pandangan positif, percaya terhadap kemampuan yang dimilikinya, memiliki harapan yang baik, berpikir optimis, mampu menyelesaikan masalah yang dihadapi dan dapat menentukan jalan keluar untuk kesuksesannya, serta mampu untuk bangkit dari suatu kegagalan yang pernah dihadapi atau keterpurukan, akan membuat individu memiliki komitmen organisasi terhadap Perusahaan (Angreini (2012). Berdasarkan saran penelitian sebelumnya oleh Dewi (2017), diharapkan untuk meneliti dengan subjek penelitian yang berbeda, misalnya pada karyawan yang lebih spesifik seperti karyawan kontrak, karyawan pada unit-unit kerja tertentu, maupun pada subjek lainnya seperti guru dan sebagainya, maka peneliti tertarik meneliti apakah terdapat pengaruh *psychological capital* terhadap *organizational commitment* pada karyawan yang secara khusus devisi salesman taking order.

Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh *psychology capital* terhadap Komitmen Organisasi?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, apakah terdapat pengaruh *psychology capital* terhadap komitmen organisasi

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif pendekatan hubungan kausal. Sugiyono (2016) mengatakan bahwa hubungan kausal merupakan pendekatan yang di dalamnya terdapat pengaruh atau hubungan sebab akibat dan terdapat variabel *independen* (variabel yang mempengaruhi) dan *dependen* (variabel

yang dipengaruhi). Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu menggunakan alat atau instrument penelitian, analisa data bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2014).

Identifikasi Variabel

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yang akan dijadikan bahan pengamatan yaitu *Psychology Capital* dan *Organizational Commitment* . Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang akan menjadi bahan atau objek pengamatan didalam sebuah penelitian atau sering pula dinyatakan sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala.

Variabel X : *Psychology Capital*

Variabel Y : *Organizational Commitment*

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kelompok yang ada dalam wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai karakteristik dan keunikan tertentu yang telah dipilih dan ditetapkan guna dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Adapun populasi pada penelitian kali ini berjumlah 57 orang dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. *Salesman* Taking Order
- b. Lama bekerja minimal selama 1,5 tahun

2. Sampel

Pada penelitian ini, seluruh jumlah populasi dijadikan sample oleh peneliti, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *Non-Probability Sampling*.

Sugiyono (2016) *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang secara keseluruhan anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dalam penelitian ini seluruh jumlah populasi dijadikan sebagai sample.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi (normalitas dan linieritas) untuk mengetahui apakah skala yang digunakan berdistribusi normal dan untuk mencari hubungan dari kedua skala tersebut yaitu *organizational commitment questioner (OCQ)* dan *psychological capital questioner (OCQ)*. Selanjutnya penelitian ini juga menggunakan uji hipotesa dan uji deskriptif.

Pelaksanaan dan Hasil Pembahasan

Pertama yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menguji butir-butir item dari kedua skala yang digunakan, yaitu untuk mencari validitas dan reliabilitas dari kedua skala yaitu *organizational commitment questioner (OCQ)* dan *psychological capital questioner (OCQ)*

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas didapatkan hasil bahwa dari kedua skala yang digunakan, yang pertama yaitu untuk skala *organizational commitment questioner (OCQ)* dari 24 item yang digunakan maka didapatkan hasil 1 item yang dinyatakan tidak valid sedangkan 23 item lainnya dinyatakan valid. Sedangkan untuk *psychological capital questioner (OCQ)*, dari 13 item yang digunakan didapatkan hasil bahwa 13 item valid secara keseluruhan. Item dikatakan valid ketika $>0,05$ dan $> 0,01$ atau $>$ sama

dengan 0,030 dengan melihat nilai korelasi.

Untuk reliabilitas dari kedua skala di dapatkan hasil bahwa pada skala *organizational commitment questioner (OCQ)* dinyatakan dengan nilai reliabilitas 0,866 sedangkan untuk skala *psychological capital questioner (OCQ)* di dapatkan hasil nilai reliabilitas sebesar 0,854.

UjiAsumsi

Uji asumsi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji normalitas. nilai normalitas dari kedua skala didapatkan hasil 0,200 untuk skala *organizational commitment questioner (OCQ)* dan 0,053 untuk skala *psychological capital questioner (OCQ)*. Dari hasil normalitss tersebut dapat dikatakan bahwa kedua skala berdistribusi normal. Data dapat dikatakan terdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig (2.tailed) > 0,05*

Untuk uji linieritas menunjukkan bahwa skala *Organizational commitment* dan skala *Psychology Capital* dikatakan terbukti linier, dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya kedua skala ini yaitu skala *organizational commitment* dan *psychology capital* terbukti linier.

Analisa Deskriptif

Data Kategori Skor *Organizational Commitment* menunjukkan bahwa dari 57 *Salesman*, sebanyak 26 memiliki *Organizational Commitment* yang tinggi. dengan prosentase 47% dan sebanyak 31 *salesman* memiliki *Organizational Commitment* yang rendah dengan prosentase 53%. Artinya pada hasil kategori tabel 12 menunjukkan bahwa *salesman* memiliki komitmen organisasi yang rendah.

Data Kategori skor *organizational commitment* berdasarkan dimensi Menunjukkan bahwa dari 3 dimensi yang dimiliki oleh *organizational commitment* yang paling rendah adalah *normative commitment*. Dimensi *affective commitment* merupakan dimensi yang paling tinggi diantara dimensi yang lain. Data Kategori skor *organizational commitment* berdasarkan dimensi menjelaskan bahwa dari 57 *salesman* pada *affective commitment* yang masuk dalam kategori tinggi dengan prosentase sebanyak 49% yaitu 28 *salesman*, sedangkan pada kategori rendah yaitu 51% dengan 29 *salesman*. *Affective commitment* yang tinggi menunjukkan adanya keterikatan secara emosional antara *salesman* dan perusahaan yang ditempati saat ini.

Selanjutnya uji deskriptif ditinjau dari demografi. Data demografi dibagi menjadi 4, yaitu demografi berdasarkan lama bekerja, usia, dan pendidikan. Bahwa pada usia 20-30 tahun sebesar 45% dengan 15 *salesman* masuk kedalam kategori tinggi, dan 55% dengan 18 *salesman* masuk kedalam kategori rendah dari total 33 *gsalesman*. Pada usia 31-40 tahun menunjukkan 50% dengan 12 *salesman* masuk kedalam kategori tinggi, dan 50% dengan 12 *salesman* dari jumlah 24 *salesman* masuk kedalam kategori rendah. Data demografi usia menunjukkan bahwa usia 20-30 tahun memiliki *organizational commitment* yang tinggi.

Organizational commitment ditinjau dari lama bekerja menunjukkan bahwa lama bekerja 1-5 dengan prosentase 45% sebanyak 25 *salesman* dari jumlah total 56 menunjukkan kategori tinggi. Lama bekerja 6-10 tahun hanya berjumlah 1 *salesman* dengan kategori rendah. Data demografi *organizational commitment* berdasarkan lama bekerja menunjukkan bahwa lama bekerja 1-5 tahun memiliki *organizational commitment* yang tinggi.

Data demografi *organizational commitment* ditinjau dari pendidikan menunjukkan bahwa pada pendidikan SMA sebesar 44% dengan 24 *salesman* masuk kedalam kategori tinggi, dan 30% dengan 30 *salesman* dari jumlah 54 *salesman* masuk kedalam kategori rendah. Pada pendidikan S1 menunjukkan bahwa 33% dengan 1 *salesman* masuk kedalam kategori rendah, dan sebesar 67% dengan 2 *salesman* dari jumlah keseluruhan 3 *salesman* masuk kedalam kategori tinggih. Data demografi ditinjau pendidikan menunjukan bahwa pendidikan SMA memiliki *organizational commitment* yang lebih tinggi.

pada variabel *predictor* ini yaitu *psychology capital* Berdasarkan tabel 15 menunjukkan bahwa dari 57 *salesman*, sebanyak 25 *salesman* memiliki *Psychology Capytal* yang tinggi. dengan prosentase 44% dan sebanyak 32 *salesman* memiliki *Psychology Capytal* yang rendah dengan prosentase 66%. Artinya pada hasil kategori kategori skor *Psychology Capytal* menunjukkan bahwa *salesman* yang memiliki pandangan yang positif terhadap dirinya tidak lebih banyak dari jumlah *salesman* yang memiliki *Psychology Capytal* rendah

Data Kategori skor *psychology capital* berdasarkan dimensi Menunjukkan, pada dimensi yang pertama yaitu *self efficacy* (kepercayaan diri) didapatkan hasil dari total 57 *salesman*, 25 termasuk dalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 44%, sedangkan 32 *salesman* masuk kedalam kategori rendah dengan prosentase sebesar

56%. Pada dimensi yang kedua yaitu *hope* (harapan) di dapatkan hasil dari 57 *salesman*, 19 *salesman* masuk kedalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 33%, sedangkan 38 termasuk kedalam kategori rendah dengan prosentase sebesar 67%. Pada dimensi yang ketiga yaitu daya lenting atau kemampuan untuk bangkit dari keterpurukan di dapatkan hasil bahwa dari 57 *salesman*, 23 masuk kedalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 40%, sedangkan 34 termasuk kedalam kategori rendah dengan prosentase sebesar 60%. Pada dimensi yang terakhir yaitu *optimism* (optimis) ditemukan hasil bahwa dari 57 *salesman* yang ada, 18 termasuk kedalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 32%, sedangkan 39 termasuk kedalam kategori rendah dengan prosentase sebesar 68%. Data pada tabel 16 menunjukkan bahwa dimensi *psychology capital* yang dominan masuk kedalam kategori positif adalah *self Efficacy*, artinya *salesman* sadar atas kemampuan dan kapasitas yang dimiliki sehingga percaya diri dalam melaksanakan tugas Untuk dimensi yang lebih dominan masuk dalam kategori negatif adalah *optimism*..

Psychology capital ditinjau dari lama bekerja menunjukkan bahwa lama bekerja 1-5 tahun sebesar 43% dengan 24 *salesman* masuk kedalam kategori positif, dan 57% dengan 32 dari jumlah total 56 *salesman* masuk kedalam kategori negatif. Lama bekerja 6-10 tahun hanya menunjukkan 100% dengan 1 *salesman* masuk kedalam kategori positif. Data demografi lama bekerja menunjukkan lama bekerja 1-5 tahun lebih memiliki *psychology capital* yang positif.

Psychology capital ditinjau dari demografi usia menunjukkan bahwa pada usia 20-30 tahun sebesar 58% dengan 19 *salesman* masuk kedalam kategori positif, dan 42% dengan 14 dari jumlah total 33 *salesman* masuk kedalam kategori negatif. Untuk usia 31-40 tahun memiliki kesamaan sebesar 50% dengan 12 *salesman* masuk kedalam kategori positif, dan sebesar 50% dengan 12 dari jumlah 24 *salesman* masuk

kedalam kategori negatif. Data demografi berdasarkan usia menunjukkan bahwa usia 20-30 tahun memiliki *psychology capital* yang positif daripada 30- 40 tahun..

Psychology capital ditinjau dari demografi pendidikan menunjukkan bahwa pendidikan SMA dengan kategori positif dan 44% dengan jumlah 24 *salesman* dan 56% dengan 30 *salesman* dari jumlah total 54 tergolong kategori rendah. Untuk pendidikan S1 menunjukkan sebesar 67% dengan 2 *salesman* masuk kedalam kategori positif, dan 33% dengan 1 *salesman* dari jumlah total 3 *salesman* masuk kedalam kategori negatif. Data demografi pendidikan menunjukkan bahwa pendidikan SMA memiliki *psychology capital* yang positif.

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh antara variabel *psychology capital* terhadap *organizational commitment* dengan dengan kontribusi variabel sebesar 0,503 atau apabila diprosentasekan menjadi 50,3% yang dilihat dari *R Square*.
2. Terdapat Pengaruh tinggi dapat dilihat dari *unstandardized coefficients B* sebesar 4,306, yang menandakan bahwa *psychology capital* memiliki pengaruh tinggi terhadap *organizational commitment*.
3. Hasil uji deskriptif variable *organizational commitment* 26 *salesman* masuk kedalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 47%, sedangkan 31 dari jumlah keseluruhan sebesar 57 *salesman* masuk kedalam kategori rendah dengan prosentase sebesar 53%
4. Hasil uji deskriptif pada variabel *psychology capital* dari 57 *salesman*, sebanyak 25 *salesman* memiliki *Psychology Capytal* yang tinggi. dengan prosentase 44% dan sebanyak 32 *salesman* memiliki *Psychology Capytal* yang rendah dengan prosentase 66%.

5. kategori *psychology capital* berdasarkan dimensi, *self efficacy* adalah yang paling dominan yang dimiliki *salesman* dengan hasil dari total 57 *salesman*, 25 termasuk dalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 44%, sedangkan 32 *salesman* masuk kedalam kategori rendah dengan prosentase sebesar 56%.

SARAN

1. Bagi *salesman*

Salesman di dalam perusahaan diharapkan untuk mampu meningkatkan *organizational commitment* yang dimiliki sebagai bentuk kesadaran terhadap nilai-nilai yang ada dalam perusahaan, hal yang dapat dilakukan *salesman* berupa meningkatkan kesadaran atas nilai-nilai yang ada dalam perusahaan dengan berkontribusi penuh untuk kemajuan perusahaan, dan saling memberikan dukungan baik antara sesama *salesman* ataupun *salesman* dengan perusahaan, serta meningkatkan keterlibatan diri pada kemajuan perusahaan dengan menjalankan tanggung jawab seorang *salesman* dengan baik. Peran *salesman* untuk menjual produk, mempelajari produk, menjaga nama baik perusahaan, dan *update* dengan *trend* pasar harus selalu ditingkatkan dengan selalu melatih skill, ataupun mengikuti pelatihan yang disediakan oleh perusahaan.

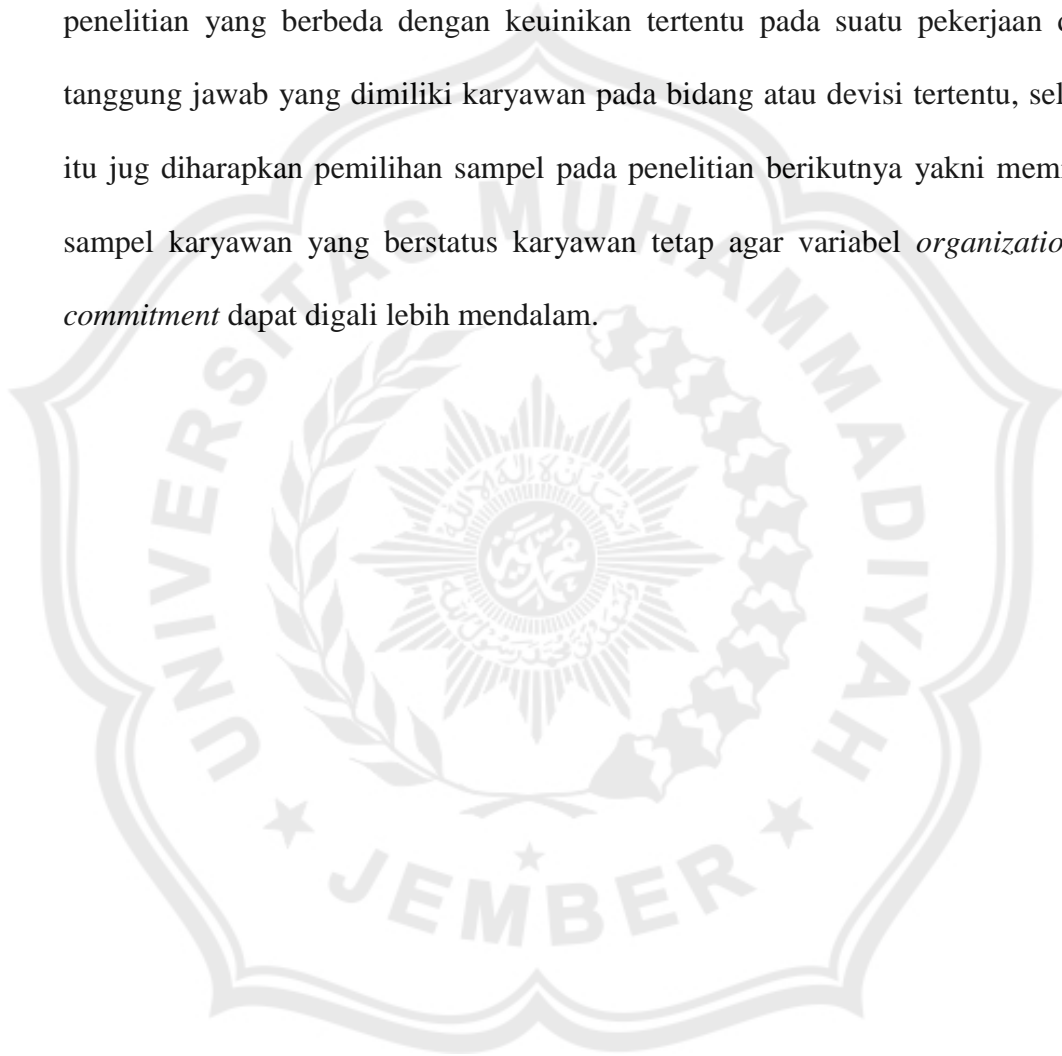
2. Bagi perusahaan

Setiap perusahaan atau organisasi perlu mengelola sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya dengan sebaik-baiknya. Sumber daya yang potensial harus dipertahankan agar dan tidak pindah mencari pekerjaan yang lain sehingga kelangsungan dan perkembangan perusahaan pada masa yang akan datang dapat terjaga. Dalam hal ini peneliti memberikan saran pada perusahaan untuk meningkatkan komitmen organisasi pada karyawan khususnya divisi *salesman*. Upaya-upaya untuk meningkatkan komitmen organisasi karyawan

tersebut dapat berupa peningkatan partisipasi karyawan dalam pengambilan keputusan, pengembangan sistem kompensasi yang adil, perumusan kebutuhan dan harapan pegawai ke dalam tujuan organisasi,

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan subjek penelitian yang berbeda dengan keunikan tertentu pada suatu pekerjaan dan tanggung jawab yang dimiliki karyawan pada bidang atau divisi tertentu, selain itu juga diharapkan pemilihan sampel pada penelitian berikutnya yakni memilih sampel karyawan yang berstatus karyawan tetap agar variabel *organizational commitment* dapat digali lebih mendalam.



DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, & Prihatsanti. (2017). Hubungan Antara Psychology Capital dengan Komitmen Organisasi pada Mahasiswa Undip. *Jurnal Empati*, Vol 6 (No 4) 185-194.
- Adnan, P. (2017). *Hubungan Antara Psychology Capital dengan Komitmen Organisasi pada Mahasiswa*. UNDIP: Jurnal Empati.
- AL, A. (2014). Analisis Indeks Kebahagiaan di Indonesia. *Universitas Tanjungpura*, 5.
- Allen, & Mayer. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continue, Normative Commitment To the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- Ambarsari, R. (2011). *Sumber-sumber Stess Kerja yang Mempengaruhi Salesman (PT. Enseval Putera Megatrading Tbk Cabang Jakarta II)*. Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Angreini, G. (2021). Hubungan Psycology Capital dengan Komitmen Organisasi pada Aparatur Sipil Negara . *Universitas Muhammadiyah Malang*, 123.
- Asnawi. (1993). Semangat Kerja dan Gaya Kepemimpinan. *Journal Psikologi*, No. 2, 86 – 92.
- Chairil, Darwis, & Jamaluddin. (2016). Pengaruh Fungsi Kepemimpinan Terhadap Moivasi Pegawai Pada Kantor Dinas Pendidikan Kabupaten Sinjai. *Jurnal Office*, Vol. 2 No. 1.
- Cohen. (1993). Age and Tenure In Relation To Organitational Commitment : Meta Analisis. *Basic Appliet Social Psychology*, 14 (2), 143-159.
- Dewi. (2017). Pengaruh Psychological Capital Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan. *Naskah Publikasi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang*, 5-10.
- Fulasifah, & Pradhawati. (2017). Konflik Internal dan Model Penyelesaian Knflik Internal Antar Anggota dan Pengurus Serikat Pekerja pada PT. Fumira Semarang. *Journal Of Social and Politic*, 1-6.
- Hamidah, & Iswahyudi. (2016). Pengaruh Psychology Capital Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan Security Outsourcing. *Prosiding Seminar Nasional Psikologi Indigenous Indonesia*, Hal 338-339.
- Hasanah, N., & Areyfahnoor, D. (2020). Pengaruh Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Itention (Studi empiris pada karyawan bagian sales PT.

- Julianti, A., & Dewayani, K. (2015). Pengaruh Psychological Capital terhadap Komitmen Organisasi dan Perilaku Kewargaorganisasian pada Karyawan. *Universitas Gunadarma*, 136.
- Kasenda. (2013). Kompensasi dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangun Beverages Company Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No.3, ISSN 2303-1174.
- Later, P. A., & Kaur, M. S. (2015). Psychology Capital as Predictor of Komitmen organisasi and Organizational Citizenship Behavior. *Guru Gobin Singh Indraprasta University*, 103-112.
- Luthans, Bruce, & Avolio. (2007). Psychology Capital Developing the Human Copetitive Edge. *Oxford University Press*.
- Mayer, & Allen. (1997). *Modal of Organizational Commitment: Measurement Issues* (Vols. Vol. VI, No. 4). The Icfai Journal of Organizational Behavior.
- Nofarida. (2014). Hubungan Iklim kerjasama dengan Semangat Kerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Kota Solo. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, Vol. 2 No. 1.
- Pramadani. (2012). Hubungan antara Komitmen Organisasi dengan Kesiapan untuk Berubah pada Karyawan Devisi Interprice Service (DES TELKOM Ketintang Surabaya). *Journal Psikologi dan Organisasi*, Vol. 1 No. 2.
- Pramadhani. (2012). Hubungan Antara Komitmen Organisasi dengan Kesiapan untuk Berubah pada Karyawan Divisi Enterprise Service (DES) Telkom Ketintang Surabaya. *Jurnal Psikologi dan Organisasi* , Vol. 1 No. 2.
- Pratama, F. N., & Paulus, A. L. (2022). Komitmen Organisasi : Peran Faktor Person Organisational. *Journal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 2 No. 4.
- Putra. (2017). Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Terhadap Intention to Leave di Rumah Sakit Pura Raharja Surabaya. *JAKI*, Vol. 5 No.2.
- Putri. (2014). Hubungan Motivasi Kerja dengan Komitmen Kerja Karyawan di Balai Pendidikan dan Pelatihan Sosial. *Journal Administrasi Pendidikan*, Vol. 2 No. 1 Hal 223-831.
- Putri. (2014). Hubungan Motivasi Kerja dengan Komitmen Kerja Karyawan di Balai Pendidikan dan Pelatihan Sosial. *Jurnal Administrasi Pendidikan* , Vol.2 No.1 Halaman 223-8312 .
- Qamar, S., Madina, S., Armiana, & Wahyuddin. (2021). Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Tenaga Kependidikan di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makasar. *Eduleadership*, Vol. 1 No. 1.

- Rahmayani, Milfayetty, & Dewi. (2017). Pengaruh Iklim Organisasi Motivasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Guru SMP Negeri di Kecamatan Silih Nara Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Manajemen Pendidikan ISSN: 1979-6684*, Vol.9 No.2.
- Sahrah, & Yuniasanti. (2018). Efektifitas Pelatihan Pemberian Dukungan Sosial Pada Walinapi dengan Metode Bermain dan Permainan Peran. Vol. 45 No. 2: 151 -163.
- Saputra, D. A. (2020). Psychology Capital sebagai Prediktor Organizational Commitment pada Guru SMPM di Kabupaten Jember. *Universitas Muhammadiyah Jember*, 7.
- Saragi, D. D., & Saragih, L. (2018). PERANAN SALES PROMOTION REPRESENTATIVE TERHADAP VOLUME PENJUALAN SHINZUI PADA PT. FOCUS DISTRIBUSI SUTANTARA. *Media Neliti*, Vol.8 No. 1-2.
- Setyono, A., Mudjirahardjo, Nugraheni, R., & Rahardja, E. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Job Stress serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Salesman (Studi kasus pada ADIRA FINANCE Cabang Bakong - Semarang). *Semarang*, 3.
- Shaleh. (2015). Analisis Faktor Konformatika Skala Modal Psikologis (Psychology Capital). *Conference Paper 2019*.
- Sopiah. (2008). Perilaku Organisasi. *Andi Offset*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.