

**Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan Persepsi
Terhadap Kompensasi dengan Komitmen Organisasi Pada *Member*
Perusahaan *Multi Level Marketing* PT. Herbalife Indonesia.**

SKRIPSI

Disusun oleh:

SEBASTIANUS DHIMAS RANGGA SAPUTRA

08.40.0193



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

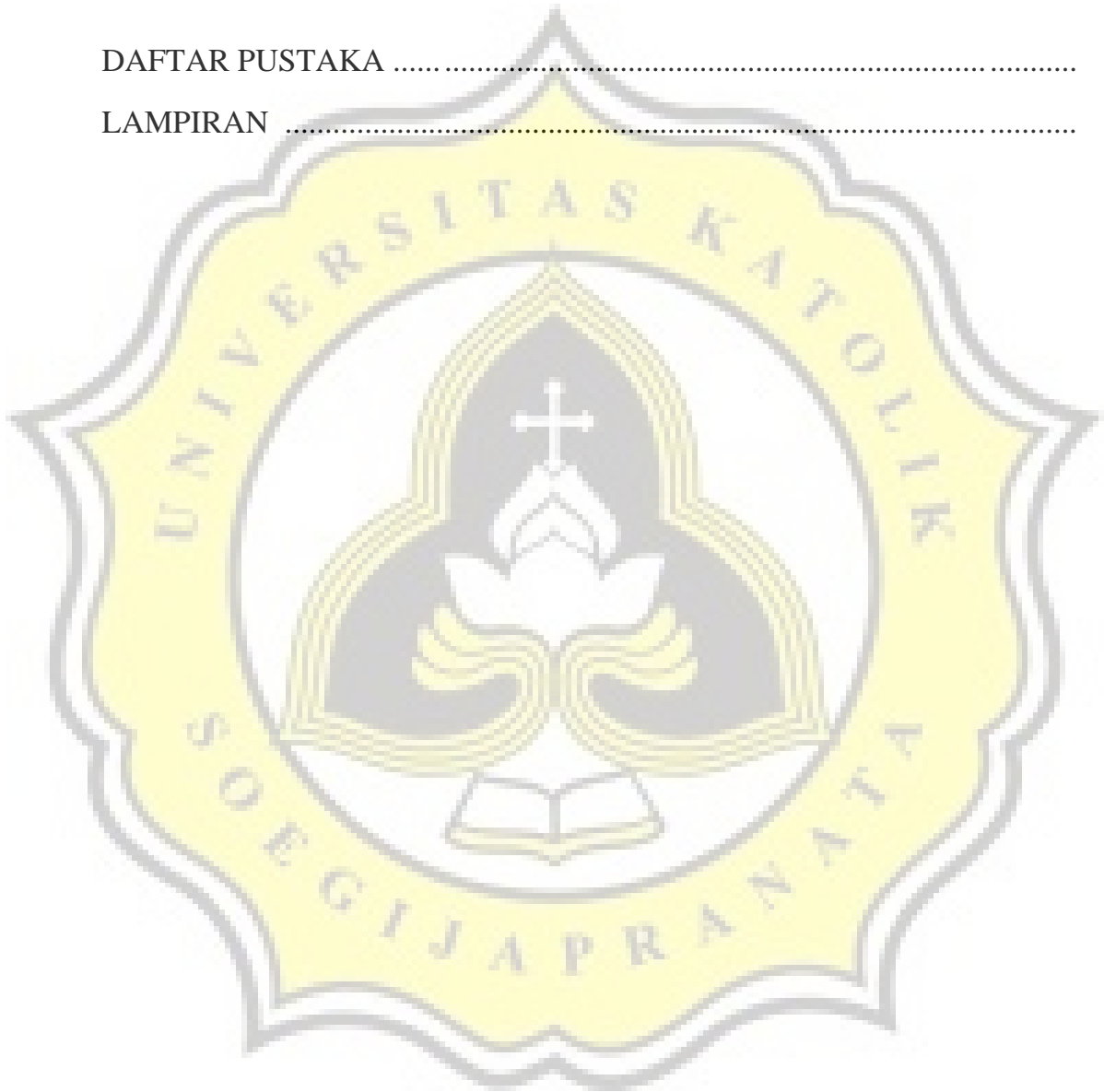
2014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN ABSTRAKSI.....	viii
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
Bab I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	12
C. Manfaat Penelitian	12
Bab II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Komitmen Organisasi	14
1. Pengertian Komitmen Organisasi	14
2. Aspek-Aspek Komitmen Organisasi	16
3. Bentuk-Bentuk Komitmen Organisasi	18
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasi	20
B. Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan	28
1. Pengertian Kualitas Interaksi Atasan Bawahan	28

	2. Aspek-Aspek Kualitas Interaksi	30
	C. Persepsi Terhadap Kompensasi	33
	1. Pengertian Persepsi Terhadap Kompensasi	33
	2. Aspek-Aspek Persepsi Terhadap Kompensasi.....	37
	D. Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan Persepsi Terhadap Kompensasi Dengan Komitmen Organisasi	45
	E. Hipotesis	51
Bab III	METODE PENELITIAN	54
	A. Metode Penelitian Yang Digunakan	53
	B. Identifikasi Variabel Penelitian	53
	C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	54
	D. Sampel Penelitian.....	56
	E. Metode Pengambilan Data	57
	F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	63
	G. Metode Analisis Data.....	64
BAB IV	PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN	67
	A. Orientasi Kancha Penelitian.....	66
	B. Persiapan Penelitian	69
	C. Pelaksanaan Penelitian.....	72
	D. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	73
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	80
	A. Hasil Penelitian	79
	B. Pembahasan	82

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	99



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Blue Print</i> Skala Komitmen Organisasi	58
Tabel 2.	<i>Blue Print</i> Skala Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan	59
Tabel 3.	<i>Blue Print</i> Skala Persepsi Terhadap Kompensasi	61
Tabel 4.	Distribusi Sebaran Item Skala Komitmen Organisasi.....	68
Tabel 5.	Distribusi Sebaran Item Skala Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan	69
Tabel 6.	Distribusi Sebaran Item Persepsi Terhadap Kompensasi.....	70
Tabel 7.	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Komitmen Organisasi	73
Tabel 8.	Sebaran Item Skala Komitmen Organisasi Setelah Uji Validitas dan Reliabilitas	73
Tabel 9	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan.....	74
Tabel 10	Sebaran Item Skala Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan Setelah Uji Validitas dan Reliabilitas	75
Tabel 11	Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Persepsi Terhadap Kompensasi	76
Tabel 12	Sebaran Item Skala Persepsi Terhadap Kompensasi Setelah Uji Validitas dan Reliabilitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

A. SKALA PENELITIAN	100
A – 1 Skala Komitmen Organisasi	101
A – 2 Skala Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan.....	102
A – 3 Skala Persepsi Terhadap Kompensasi	103
B. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	104
B – 1 Skala Komitmen Organisasi	105
B – 2 Skala Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahani.....	106
B – 3 Skala Persepsi Terhadap KOMPensasi.....	107
C. UJI ASUMSI.....	108
C – 1 Uji Normalitas	109
C – 2 Uji Linearitas.....	110
D. UJI HIPOTESIS	111
E. SURAT PERIJINAN	112
E – 1 Surat Ijin Penelitian	113
E – 2 Surat Bukti Penelitian	114
F. DATA PENELITIAN	115

**Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan
Persepsi Terhadap Kompensasi dengan Komitmen Organisasi Pada
Member Perusahaan Multi Level Marketing PT. Herbalife Indonesia.**

INTISARI

SEBASTIANUS DHIMAS RANGGA SAPUTRA

08.40.0193



FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2014

Hubungan Antara Kualitas Interaksi Sosial Atasan Bawahan dan Persepsi Terhadap Kompensasi dengan Komitmen Organisasi Pada Member Perusahaan *Multi Level Marketing* PT. Herbalife Indonesia

Oleh:
Sebastianus Dhimas Rangga Saputra

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi pada *member* perusahaan *multi level marketing* PT. Herbalife Indonesia. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah ada hubungan antara kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi. Artinya, semakin tinggi kualitas interaksi sosial atasan-bawahan dan persepsi terhadap kompensasi maka semakin tinggi pula komitmen organisasi yang dimiliki, begitupun sebaliknya. Populasi penelitian berjumlah 76 subyek adalah *member multi level marketing* PT. Herbalife region Jember. Analisis data penelitian ini dilakukan dengan uji kuantitatif melalui metode analisis regresi dua prediktor untuk menguji hipotesis mayor dan teknik korelasi parsial untuk menguji hipotesis minor. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas interaksi sosial atasan bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi, dengan $F = 15,653$ dengan p sebesar $0,000$ ($p < 0,01$). Dimana sumbangan efektif kualitas interaksi sosial atasan bawahan terhadap komitmen organisasi sebesar $12,74\%$ dan Sumbangan efektif kualitas persepsi terhadap kompensasi terhadap komitmen organisasi hanya sebesar $0,01\%$.

Kata kunci : kualitas interaksi sosial atasan-bawahan, persepsi terhadap kompensasi, komitmen organisasi, *member multilevel marketing* PT. Herbalife