

PENGARUH KARAKTERISTIK DEMOGRAFI, MASA KERJA DAN
PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT TERHADAP KOMITMEN
AFEKTIF DI PT. BENSATRA ADVERTISING MEDAN

Aulia Indra

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu

Email: auliaindra08@gmail.com

corresponding mail author : auliaindra08@gmail.com

***Abstract :** From the initial research that researchers do, the phenomenon that occurs in the company is the number of employees who relaxed when the work is still loose, the experts in the company feel comfortable because of the absence of rivals, as well as lack of trust given the company to employees in providing jobs in scale the greater one. This is behind the lack of affective commitment of employees to the company. The purpose of this study is to determine the influence of demographic characteristics, length of work and perceived organizational support to affective commitment at PT. Bensatra Advertising Medan. The analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that simultaneously variable of demography characteristic, work period and perceived organizational support have significant effect to affective commitment. Demographic characteristics have no significant effect on affective commitment, tenure and perceived organizational support affect affective commitment.*

***Keyword :** Demographic Characteristics, Period, Perceived Organizational Support, Affective Commitment.*

I. PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis yang ketat dewasa ini maka perusahaan harus mampu bersaing diantara perusahaan lainnya. Tidak dapat dipungkiri peranan karyawan penting dalam beroperasinya suatu organisasi. Tercapainya tujuan organisasi hanya dimungkinkan karena upaya pelaku yang terdapat pada organisasi tersebut (Northcraft dan Neale, 2010: 52). Hal ini terjadi karena terdapat hubungan yang erat antara kinerja perorangan dengan kinerja organisasi. Sekarang ini perusahaan dituntut tidak hanya sekedar dapat bertahan hidup tetapi juga harus memperoleh keuntungan.

Ansari (2011 : 108) menyatakan bahwa tidak ada satupun organisasi yang dapat menghasilkan kinerja maksimal kecuali karyawannya memiliki komitmen terhadap tujuan organisasi. Meyer dan Allen dalam Riggio (2013 : 69) juga mengungkapkan dari perspektif sikap, dimana komitmen organisasi dapat didefinisikan sebagai kea daan psikologis yang menunjukkan karakter hubungan karyawan dengan organisasi dan mempunyai implikasi dalam keputusan untuk melanjutkan keanggotaan dalam organisasi. Komitmen organisasi merupakan suatu kemauan individu untuk bersama organisasi yang memiliki tiga komponen, yaitu: komitmen afektif (affective commitment), komitmen berkelanjutan (continuance

commitment), dan komitmen normatif (normative commitment).

Komitmen afektif (affective commitment) adalah pendekatan secara emosional yang dimiliki oleh karyawan terhadap organisasi, memiliki identifikasi sebagai bagian dari organisasi, dan memiliki keterlibatan dengan organisasi karena adanya nilai-nilai dalam organisasi guna memajukan organisasi. Komitmen afektif berkembang berdasarkan hal yang bersifat psikologis karena melibatkan sisi afeksi yaitu kedekatan perasaan yang dimiliki oleh individu terhadap organisasi tempat individu bekerja. Komitmen berkelanjutan (continuance commitment) adalah sejauh mana seorang pekerja memiliki intensi untuk tetap bekerja pada organisasinya berdasarkan pertimbangan kerugian yang dialaminya apabila harus meninggalkan organisasi. Komitmen berkelanjutan terbentuk berdasarkan adanya pertimbangan ekonomi dari karyawan terhadap organisasi. Komitmen normatif (normative commitment) adalah sejauhmana seorang pekerja merasa memiliki kewajiban untuk tetap dan terus bekerja di dalam organisasi. Komitmen normatif berhubungan dengan pengalaman sosial yang dimiliki individu sesuai dengan normanya. Sebagai upaya untuk meningkatkan komitmen afektif karyawan guna menjalankan pekerjaannya dengan baik dapat dilakukan melalui metode storytelling. Storytelling merupakan bentuk komunikasi yang berisikan cerita-cerita. Melalui pemberian storytelling, karyawan akan lebih mudah melibatkan emosinya terhadap organisasi serta mudah untuk mengidentifikasikan diri karyawan terhadap organisasi. Hal ini dikarenakan metode bercerita merupakan metode yang cukup efektif dalam menarik perhatian pendengar sehingga lebih cepat membangun ikatan emosional dan kognitif pendengar.

Faktor yang mendukung komitmen afektif antara lain karakteristik demografi, masa kerja dan perceived organizational support. Karakteristik demografi terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan sehingga secara tidak langsung juga mempengaruhi bagaimana komitmen karyawan terhadap organisasi tempatnya bekerja. Semakin matang usianya, pekerjaan yang dilakukan sesuai dengan jenis kelaminnya serta tingkat pendidikan yang disesuaikan dengan bidang yang ditekuninya, tentu hal ini akan dapat meningkatkan komitmen afektif karyawan. Selain karakteristik demografi, masa kerja sangat penting karena hal ini semakin sering pekerjaan tersebut dilakukan maka akan semakin ahli dan cepat siap karyawan mengerjakannya tugas yang diberikan perusahaan kepadanya. Begitu juga dengan perceived organizational support, dimana dalam sebuah organisasi akan cenderung untuk membentuk sebuah kepercayaan secara umum terkait sejauh mana organisasi menghargai kontribusi karyawan dan peduli atas kesejahteraannya, persepsi yang dimiliki oleh karyawan akan penting untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan.

Fenomena yang terjadi di dalam perusahaan adalah banyaknya karyawan yang santai ketika pekerjaan masih longgar, tenaga ahli yang ada di dalam perusahaan merasa nyaman karena tidak adanya saingan, serta kurangnya kepercayaan yang diberikan perusahaan kepada karyawan dalam memberikan pekerjaan dalam skala yang lebih besar. Hal inilah melatarbelakangi kurangnya komitmen afektif karyawan terhadap perusahaan. PT. Bensatra Advertising Medan sebagai salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang jasa periklanan harus memiliki karyawan yang kompeten dan berkualitas sehingga dapat memberikan produktifitas kerja yang baik. Hal ini disadari penuh oleh jajaran manajemen perusahaan, bahwa agar mampu bersaing dengan kompetitor dalam bisnis yang serupa mereka harus memiliki karyawan yang berkualitas agar menjadikan organisasi lebih produktif. Karyawan yang diharapkan dapat menciptakan suatu organisasi yang produktif adalah karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang tinggi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memilih judul : "Pengaruh Karakteristik

Demografi, Masa Kerja dan Perceived Organizational Support Terhadap Komitmen Afektif di PT. Bensatra Advertising Medan”.

II. MATERIALS AND METHOD

Pengertian Komitmen Afektif

Meyer dan Allen dalam Riggio, (2013 : 72) menyatakan bahwa komitmen afektif karyawan pada organisasi dipengaruhi oleh kedekatan emosional yang dimiliki karyawan terhadap organisasi serta keterlibatan emosi yang dapat mengidentifikasi diri karyawan terhadap organisasi karena adanya nilai-nilai dalam organisasi. Komitmen afektif berkembang dengan melibatkan sisi afeksi yaitu kedekatan perasaan yang dimiliki oleh individu terhadap organisasi. Karyawan dengan komitmen afektif yang tinggi memiliki kedekatan emosional yang erat terhadap organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan tersebut memiliki motivasi dan keinginan untuk berkontribusi secara berarti terhadap organisasi dibandingkan karyawan dengan komitmen afektif yang rendah. Terbentuknya komitmen afektif dipengaruhi oleh perasaan nyaman ketika karyawan berada di suatu organisasi dan dengan mengidentifikasi diri pada nilai-nilai organisasi.

Indikator dari komitmen afektif (Meyer et al., 2013 : 237) adalah:

- a. Loyalitas
Loyalitas adalah kesetiaan karyawan terhadap organisasi tempat karyawan bekerja. Loyalitas sangat dibutuhkan oleh organisasi karena tanpa loyalitas karyawan, maka organisasi tersebut akan mengalami persoalan berat.
- b. Rasa bangga
Rasa bangga terhadap organisasi mutlak dimiliki oleh setiap karyawan. Rasa bangga inilah yang mendorong karyawan untuk memiliki motivasi kerja yang tinggi dan berdampak pada loyalitas. Sebaliknya, jika karyawan tidak memiliki rasa bangga, karyawan akan memiliki sikap yang negatif terhadap organisasi tersebut.
- c. Peran Serta
Seorang karyawan yang memiliki komitmen tinggi pada organisasi akan memberikan ide atau gagasan yang kreatif dan inovatif demi kemajuan organisasi tersebut. Sebaliknya, jika karyawan memiliki sikap yang apatis dan pasif tidak akan bersedia memberikan ide yang baik demi kemajuan organisasi.
- d. Menganggap organisasinya adalah yang terbaik
Sekalipun banyak organisasi lain memiliki keunggulan, seorang karyawan yang memiliki komitmen tinggi akan berasumsi bahwa organisasi tempat bekerja adalah selalu yang terbaik. Sikap ini bukan berarti menganggap remeh organisasi lain melainkan suatu ekspresi kebanggaan.
- e. Terikat secara emosional pada organisasi tempat bekerja
Karyawan yang memiliki komitmen tinggi akan merasa sakit bila organisasi tempat bekerja dipandang negatif. Sikap ini disebabkan karena karyawan tersebut terikat secara emosional sehingga organisasi tempat bekerja sudah menjadi bagian dalam diri karyawan tersebut.

Pengertian Karakteristik Demografi

Menurut Sunyoto (2013:2), Karakteristik demografi adalah ciri yang menggambarkan perbedaan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografi dan kelas sosial. Karakteristik demografi penting untuk dipelajari karena pihak produsen dapat mengetahui dengan pasti segmentasi pasar yang cocok untuk produknya. Seperti apakah produknya dapat dipasarkan atau diterima oleh orang yang tinggal di kota atau di desa, oleh anak-anak atau orang dewasa, dan oleh golongan menengah ke bawah atau menengah ke atas.

Usia adalah salah satu bentuk dari *human capital* (YiChing Chen dkk., 2012 : 9). Dimana, usia menjadi salah satu faktor yang memberikan pengaruh baik terhadap kinerja dan juga komitmen organisasional seorang karyawan dalam organisasi. Dalam penelitian Meyer dan Allen (2011 : 84), mengenai komitmen organisasi sebelumnya dikatakan bahwa pekerja lebih berkomitmen karena mereka lebih merasa mengalami kepuasan yang lebih tinggi di tingkat usia yang lebih tua.

Peran dan hubungan gender berkembang dari interaksi yang terjadi antara berbagai kendala biologis, teknologi, ekonomis, dan kendala-kendala sosial lainnya (World Bank, 2005). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hutagalung dan Perdhana (2016 : 172) menemukan bahwa wanita lebih berkomitmen terhadap organisasi jika dibandingkan dengan pria (Poopola, 2009 : 94).

Pengertian Masa Kerja

Masa kerja menurut Susilo (2014 : 108) didasarkan pada suatu pemikiran bahwa karyawan senior menunjukkan adanya kesetiaan yang tinggi dari karyawan yang bersangkutan pada organisasi dimana mereka bekerja. Masa kerja dihitung dari pertama kali tenaga kerja masuk kerja sampai dengan saat penelitian dilakukan yang diukur dalam satuan tahun. Masa kerja juga dapat dilihat dari berapa lama tenaga kerja mengabdikan dirinya untuk perusahaan, dan bagaimana hubungan antara perusahaan dengan tenaga kerjanya. Dalam hubungan ini untuk menjalin kerjasama yang lebih serasi maka masing-masing pihak perlu untuk meningkatkan rasa tanggung jawab, rasa ikut memiliki, keberanian, dan mawas diri dalam rangka kelangsungan perusahaan maka tenaga kerja dapat dengan tenang untuk berproduksi sehingga produktivitasnya tinggi (Sinungan, 2010: 40).

Masa kerja diartikan sebagai total waktu seorang pekerja dipekerjakan oleh organisasi. Aryee dkk dalam English dkk (2010 : 59) mendefinisikan tahapan karir dalam masa kerja dibagi menjadi : masa percobaan (kurang dari dua tahun masa kerja), masa stabilisasi (dua hingga sepuluh tahun masa kerja) dan masa pemeliharaan atau maintenance (lebih dari sepuluh tahun).

Pengertian *Perceived Organizational Support*

Teori dukungan organisasi yang dipaparkan oleh Rhoades, Eisenberger dan Armeli (2011 : 294), dapat menjelaskan adanya komitmen secara emosional dari karyawan kepada organisasinya, yang mana pendekatan ini mengasumsikan bahwa untuk memenuhi kebutuhan emosi sosial dan untuk menilai kesiapan organisasi untuk memberi penghargaan terhadap peningkatan usaha, karyawan akan membentuk sebuah kepercayaan dasar mengenai sejauh mana organisasi menilai kontribusi karyawan dan peduli terhadap kesejahteraan karyawan, definisi inilah yang membentuk persepsi dukungan organisasi atau *Perceived Organizational Support* (POS).

Apabila seorang karyawan dalam sebuah organisasi, dapat merasakan adanya dukungan dari organisasi yang sesuai dengan norma, keinginan, harapan yang dimiliki karyawan, maka

dengan sendirinya akan terbentuk sebuah komitmen dari karyawan untuk memenuhi kewajibannya kepada organisasi, dan tidak akan pernah meninggalkan organisasi, karena karyawan telah memiliki ikatan emosional yang kuat terhadap organisasinya (Kartika, 2011 : 57). *Perceived Organizational Support* (POS) akan meningkatkan komitmen afektif karyawan dengan menciptakan sebuah kewajiban untuk peduli terhadap kesejahteraan organisasi, dan berdasarkan norma timbal balik organisasi juga wajib untuk memperhatikan kesejahteraan karyawannya. Pengalaman yang muncul dari karyawan sebagai hasil dari proses timbal balik yang berkelanjutan dengan organisasi, akan mengarahkan kepada kepuasan karyawan atas kesejahteraan organisasi. Dengan perasaan karyawan itu sendiri dan secara emosional akan muncul keterikatan dengan organisasi (Rhoades, Eisenberger, & Armeli, 2011 : 301).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menghubungkan dua variabel atau lebih. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian asosiatif yang bermaksud untuk memberikan penjelasan pengaruh karakteristik demografi, masa kerja dan *perceived organizational support* terhadap komitmen afektif.

III. RESULTS AND DISCUSSION

Teknik Analisis Data Penelitian

Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas (karakteristik demografi, masa kerja dan *perceived organizational support*) dengan variabel terikat (komitmen afektif), maka akan digunakan metode regresi linier berganda dan analisis data juga menggunakan SPSS, rumusnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

y = Komitmen afektif
 a = Konstanta
 b_1, b_2, b_3 = koefisien regresi berganda
 X_1 = Karakteristik demografi
 X_2 = Masa kerja
 X_3 = *Perceived organizational support*
 ϵ = *Standard Error*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linier Berganda

Koefisien Regresi Berganda

| Model | Unstandardized Coefisients | | Standardized Coefisients |
|---|----------------------------|------------|--------------------------|
| | B | Std. Error | Beta |
| (Constant) | 8,253 | 2,892 | |
| Karakteristik demografi | -,338 | ,313 | -,188 |
| Masa kerja | ,682 | ,311 | ,372 |
| <i>Perceived Organizational Support</i> | ,422 | ,161 | ,344 |

$$\hat{Y} = 8,253 - 0,338 X_1 + 0,682 X_2 + 0,422 X_3$$

Uji Hipotesis

Uji F

Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig |
|------------|----------------|----|-------------|-------|------|
| Regression | 236,720 | 3 | 78,907 | 6,829 | ,000 |
| Residual | 727,967 | 63 | 11,555 | | |
| Total | 964,687 | 66 | | | |

Dari Tabel dapat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,829 > 3,15$) atau $sig F < 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Berarti secara bersama-sama variabel karakteristik demografi, masa kerja dan *perceived organizational support* berpengaruh signifikan terhadap komitmen afektif. Dengan demikian model penelitian ini dapat digunakan.

Uji t

Hasil Uji t

| Model | Unstandardized Coefisients | | Standardized Coefisients | t | Sig |
|---|----------------------------|------------|--------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 8,253 | 2,892 | | 2,854 | ,006 |
| Karakteristik demografi | -,338 | ,313 | -,188 | -1,081 | ,284 |
| Masa kerja | ,682 | ,311 | ,372 | 2,197 | ,032 |
| <i>Perceived Organizational Support</i> | ,422 | ,161 | ,344 | 2,624 | ,011 |

Dari Tabel, diperoleh nilai t-tabel dengan derajat bebas $67 - 3 = 64$ dan taraf nyata 5% adalah 1,998. Nilai t-hitung untuk $X_1 < t$ -tabel ($-1,081 < 1,998$), maka karakteristik demografi tidak berpengaruh signifikan terhadap komitmen afektif. Untuk X_2 , nilai t-hitung $> t$ -tabel ($2,197 > 1,998$), dengan demikian masa kerja berpengaruh signifikan terhadap komitmen afektif. Untuk X_3 , nilai t-hitung $> t$ -tabel ($2,624 > 1,998$), dengan demikian *perceived organizational support* berpengaruh signifikan terhadap komitmen afektif.

Uji Determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,495 | ,245 | ,209 | 3,39927 |

Dari Tabel, diperoleh hasil perhitungan dimana variabel X1 (karakteristik demografi), variabel X2 (masa kerja) dan variabel X3 (*perceived organizational support*) secara bersama berkontribusi terhadap variabel Y (komitmen afektif) sebesar 24,5 % dan sisanya sebesar 75,5 % ditentukan oleh variabel lain di luar kontribusi penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Karakteristik Demografi Terhadap Komitmen Afektif

Menurut Sunyoto (2013:2), Karakteristik demografi adalah ciri yang menggambarkan perbedaan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku bangsa, pendapatan, jenis keluarga, status pernikahan, lokasi geografi dan kelas sosial. Karakteristik demografi penting untuk dipelajari karena pihak produsen dapat mengetahui dengan pasti segmentasi pasar yang cocok untuk produknya. Seperti apakah produknya dapat dipasarkan atau diterima oleh orang yang tinggal di kota atau di desa, oleh anak-anak atau orang dewasa, dan oleh golongan menengah ke bawah atau menengah ke atas.

Dari hasil uji regresi dinyatakan bahwa karakteristik demografi tidak berpengaruh terhadap komitmen afektif. Hal ini sesuai dengan pendapat Hutagalung dan Perdhana (2016) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel usia, gender, pendidikan terhadap komitmen afektif. Masa kerja tidak menunjukkan adanya hubungan yang signifikan, tidak terdapat pengaruh lamanya karyawan bekerja terhadap komitmen afektif, kepuasan gaji memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap komitmen afektif

Pengaruh Masa Kerja Demografi Terhadap Komitmen Afektif

Masa kerja juga dapat dilihat dari berapa lama tenaga kerja mengabdikan dirinya untuk perusahaan, dan bagaimana hubungan antara perusahaan dengan tenaga kerjanya. Dalam hubungan ini untuk menjalin kerjasama yang lebih serasi maka masing-masing pihak perlu untuk meningkatkan rasa tanggung jawab, rasa ikut memiliki, keberanian, dan mawas diri dalam rangka kelangsungan perusahaan maka tenaga kerja dapat dengan tenang untuk berproduksi sehingga produktivitasnya tinggi (Sinungan, 2010: 40). Terdapat beberapa hal yang mampu mempengaruhi komitmen organisasi yang didapati oleh seorang karyawan, yakni elemen personal berkaitan human capital, hingga aktivitas yang berkaitan dengan komitmen itu sendiri. Salah satu dari beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tersebut adalah lama kerja atau masa kerja karyawan. Indikator masa kerja adalah masa percobaan dan masa stabilisasi (English dkk, 2010 : 62).

Dari hasil penelitian uji regresi dinyatakan bahwa masa kerja berpengaruh terhadap komitmen afektif. Hal ini sejalan dengan pendapat Koesindratmono dan Septarini (2011) yang menyatakan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara masa kerja dengan pemberdayaan psikologis (*psychological empowerment*).

Pengaruh *Perceived Organizational Support* Terhadap Komitmen Afektif

Teori dukungan organisasi yang dipaparkan oleh Rhoades, Eisenberger dan Armeli (2011 : 294), dapat menjelaskan adanya komitmen secara emosional dari karyawan kepada organisasinya, yang mana pendekatan ini mengasumsikan bahwa untuk memenuhi kebutuhan emosi sosial dan

untuk menilai kesiapan organisasi untuk memberi penghargaan terhadap peningkatan usaha, karyawan akan membentuk sebuah kepercayaan dasar mengenai sejauh mana organisasi menilai kontribusi karyawan dan peduli terhadap kesejahteraan karyawan, definisi inilah yang membentuk persepsi dukungan organisasi atau *Perceived Organizational Support* (POS).

Dari hasil penelitian uji regresi dinyatakan bahwa *perceived organizational support* berpengaruh terhadap komitmen afektif. Hal ini sesuai dengan pendapat Han, Nugroho, Kartika dan Kaihatu (2012) yang menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitian, dapat diambil kesimpulan bahwa *perceived organizational support* (POS) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Komitmen Afektif; Kepuasan Kerja berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Komitmen Afektif.

IV. CONCLUSION

Dari uraian-uraian sebelumnya, penulis mencoba mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan variabel karakteristik demografi, masa kerja dan *perceived organizational support* berpengaruh signifikan terhadap komitmen afektif.
2. Karakteristik demografi tidak berpengaruh signifikan terhadap komitmen afektif pada PT. Bensatra Advertising Medan.
3. Masa kerja berpengaruh terhadap komitmen afektif pada PT. Bensatra Advertising Medan.
4. *Perceived organizational support* berpengaruh signifikan terhadap komitmen afektif pada PT. Bensatra Advertising Medan.\
5. Variabel X_1 (karakteristik demografi), variabel X_2 (masa kerja) dan variabel X_3 (*perceived organizational support*) secara bersama berkontribusi terhadap variabel Y (komitmen afektif) sebesar 24,5 % dan sisanya sebesar 75,5 % ditentukan oleh variabel lain di luar kontribusi penelitian ini.

V. REFERENCES

- Ansari (2011). *Diamond Head Drill dan Kepemimpinan Dalam Manajemen Rumah Sakit*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- English dkk (2010). *Job Satisfaction Survey: A Confirmatory Factor Analysis based on Secondary School Teachers' Sample*. *International Journal of Business and Management*, 6(5): 41-50.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi 7*. Semarang : BP Universitas Diponegoro
- Han, Sia Tjun. Nugroho, Agustinus. Kartika, Endo W. dan Kaihatu, Thomas S. (2012). *Komitmen Afektif Dalam Organisasi Yang Dipengaruhi Perceived Organizational Support Dan Kepuasan Kerja*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.14, No. 2, September 2012: 109-117.
- Harianto, Agung. (2016). *Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Komitmen Afektif Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediator Di Hotel X*. *Kinerja*, Volume 20, No.2, Th. 2016: Hal. 95-104
- Hutagalung, Simson dan Perdhana, Mirwan Surya. (2016). *Pengaruh Karakteristik Demografis (Usia, Gender, Pendidikan), Masa Kerja Dan Kepuasan Gaji Terhadap Komitmen Afektif (Studi Pada Tenaga Paramedik Non-PNS RSUD Kota Semarang)*
- Kartika, Endo W. 2011. *Analisis Pengaruh Leader-member Exchange, Perceived Organizational Support, dan Komitmen Organisasional terhadap Organizational Citizenship Behavior pada Karyawan Hotel Berbintang Lima di Surabaya*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Koesindratmono, Ferry dan Septarini, Berlian Gressy. (2011). *Hubungan antara Masa Kerja dengan*

- Pemberdayaan Psikologis pada Karyawan PT. Perkebunan Nusantara X (Persero). *Insan* Vol. 13 No. 01, April 2011.
- McShane (2008). *Organizational Behavior; Emerging Realities For The Work Place Revolution*. New York: McGraw Hill Companies.
- Meyer, J.P. dan Allen, N.J., (2011). Development Of Organizational Commitment During The Frst Year Of Employment: A Longitudinal Study Of Pre-And Post-Entry Influences. *Journal of Management* 17(4), pp.717-733.
- Meyer, J.P., Allen, N.J. dan Smith, C.A. (2013). Commitment To Organizations And Occupations: Extension And Test Of A Three-Component Conceptualization. *Journal of applied psychology*, 78(4), p.538.
- Northcraft, G. B., & Neale, M. A. (2010). *Organizational Behavior: A Management Challenge*. Chicago: The Dryden Press.
- Novitriami, Yayik dan Hastjarjo, T. Dicky. (2015). Meningkatkan Komitmen Afektif melalui Cerita Sukses Organisasi. *Gadjah Mada Journal Of Professional Psychology*. E-Jurnal Gama JPP. Volume 1, No. 1, April 2015: 18 – 32. ISSN: 2407-7801.
- Popoola, S. O. (2009). Organizational Commitment Of Records Management Personnel In Nigerian Private Universities. *Records Management Journal*, 19(3), 204–217. <http://doi.org/10.1108/09565690910999193>
- Rhoades, L., Eisenberger, R., dan Armei, S. (2011). Affective Commitment To The Organization: The Contribution Of Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 825-836.