

**HUBUNGAN *SELF EFFICACY* DENGAN KOMITMEN
ORGANISASI PADA *INDEPENDENT BUSINESS OWNER*
(IBO) DI PT.ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) CABANG
MEDAN HELVETIA**

SKRIPSI

OLEH :

PESTA KRISTINA ROSPULI SIHOMBING

208600181



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 30/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)30/9/24

HALAMAN JUDUL

HUBUNGAN *SEF EFFICACY* DENGAN KOMITMEN ORGANISASI PADA *INDEPENDENT BUSINESS OWNER (IBO)* DI PT.ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) CABANG MEDAN HELVETIA

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Oleh :

PESTA KRISTINA ROSPULI SIHOMBING
20.860.0181



FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan *Self Efficacy* dengan Komitmen Organisasi Pada
Independent Business Owner (IBO) di PT.Orindo Alam Ayu
(ORIFLAME) Cabang Medan Helvetia.
Nama : Pesta Kristina Rospuli Sihombing
NPM : 208600181
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing


Findy Suri N., S.Psi., M.Si
Pembimbing


Dr. Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Dekan


Faadhil, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Ketua Program Studi Psikologi

Tanggal Lulus : 30 Agustus 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

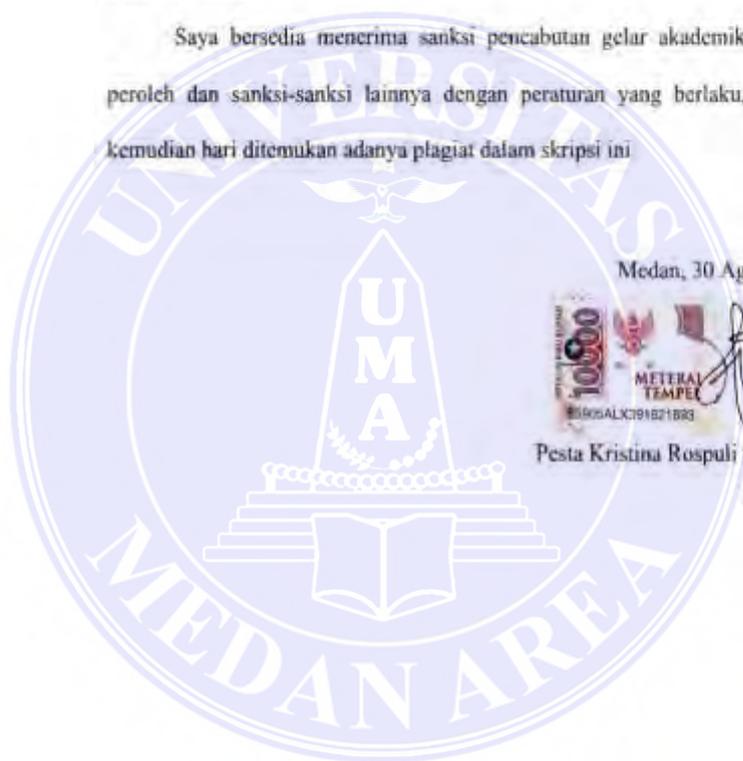
Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini

Medan, 30 Agustus 2024



Pesta Kristina Rospuli Sihombing

208600181



**PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pesta Kristina Rospuli Sihombing
NPM : 208600181
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“HUBUNGAN *SELF EFFICACY* DENGAN KOMITMEN ORGANISASI
PADA *INDEPENDENT BUSINESS OWNER (IBO)* DI PT. ORINDO ALAM
AYU (ORIFLAME) CABANG MEDAN HELVETIA”**

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini, Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 30 Agustus 2024
Yang menyatakan



Pesta Kristina Rospuli Sihombing
208600181

ABSTRAK

HUBUNGAN *SELF EFFICACY* DENGAN KOMITMEN ORGANISASI PADA INDEPENDENT BUSINESS OWNER (IBO) DI PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) CABANG MEDAN HELVETIA

Oleh :

PESTA KRISTINA ROSPULI SIHOMBING
NPM: 208600181

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara *self efficacy* dengan komitmen organisasi pada *Independent Business Owner* (IBO) di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) cabang Medan Helvetia menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh *Independent Business Owner* (IBO) dengan sampel berjumlah 56 orang IBO yang diambil menggunakan *total sampling*. Data dikumpulkan melalui skala *self efficacy* dan skala komitmen organisasi dengan model Skala Likert. Metode analisis data menggunakan Pearson Product Moment. Dan berdasarkan analisis data dinyatakan adanya hubungan signifikan antara *self efficacy* dengan komitmen organisasi ($r_{xy} = 0,665$, $p = 0,000 < 0,010$) dengan nilai koefisien determinan (r^2) = 0,443 atau 44,3%, artinya hipotesis diterima. Berdasarkan perhitungan hipotetik dan empirik variabel *Self efficacy* tergolong sedang (mean hipotetik = 75 > mean empirik = 90,50). Variabel komitmen organisasi tergolong sedang (mean hipotetik = 90 < mean empirik 111.46).

Kata Kunci : *Self efficacy* ; komitmen organisasi ; *Independent business owner*

ABSTRACT

THE CORRELATION BETWEEN SELF-EFFICACY AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT AMONG INDEPENDENT BUSINESS OWNERS (IBO) AT PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME) MEDAN HELVETIA BRANCH

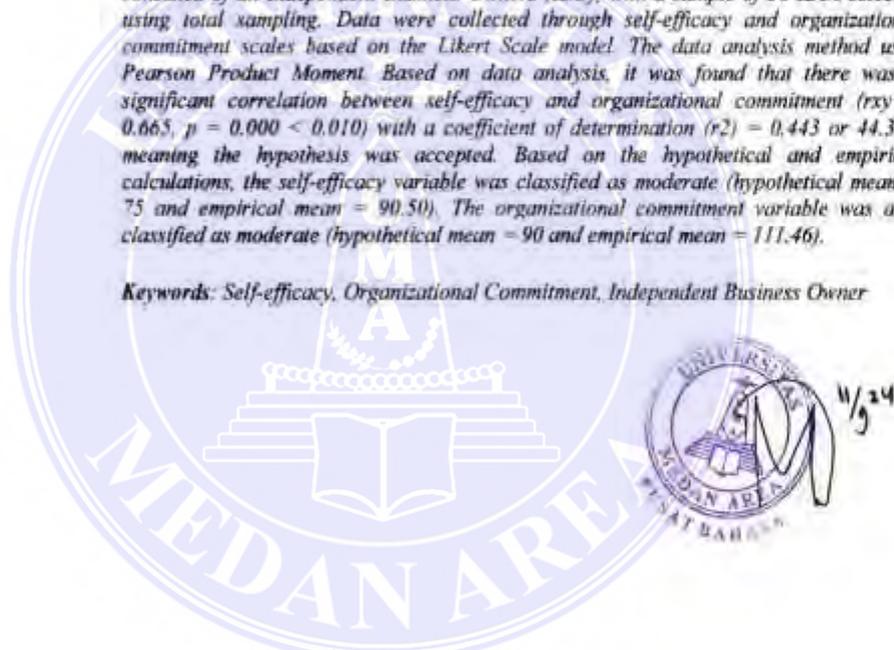
BY:

PESTA KRISTINA ROSPULI SIHOMBING

NPM: 20860018

This research aimed to examine the correlation between self-efficacy and organizational commitment among Independent Business Owners (IBO) at PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Medan Helvetia branch, using a quantitative method. The research population consisted of all Independent Business Owners (IBO), with a sample of 56 IBOs selected using total sampling. Data were collected through self-efficacy and organizational commitment scales based on the Likert Scale model. The data analysis method used Pearson Product Moment. Based on data analysis, it was found that there was a significant correlation between self-efficacy and organizational commitment ($r_{xy} = 0.665$, $p = 0.000 < 0.010$) with a coefficient of determination (r^2) = 0.443 or 44.3%, meaning the hypothesis was accepted. Based on the hypothetical and empirical calculations, the self-efficacy variable was classified as moderate (hypothetical mean = 75 and empirical mean = 90.50). The organizational commitment variable was also classified as moderate (hypothetical mean = 90 and empirical mean = 111.46).

Keywords: *Self-efficacy, Organizational Commitment, Independent Business Owner*



RIWAYAT HIDUP

Pesta Kristina Rospuli Sihombing lahir di Juara Babiat, desa Tapian Nauli pada tanggal 24 Desember 2002. Penulis lahir dari pasangan Torang Sihombing dan Siti Sihite dan merupakan anak pertama dari empat bersaudara yakni, Nelly Sihombing, Yolanda Sihombing, Shanjaya Sihombing. Pada tahun 2008 penulis masuk Sekolah Dasar Negeri 177060 Hutabaris dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama pada tahun yang sama di SMP N 1 Lintongnihuta dan lulus tiga tahun kemudian pada tahun 2017. Selanjutnya masuk pada sekolah menengah atas di SMA Katolik Trisakti Medan dan lulus pada tahun 2020. Pada tahun 2020 Penulis mendaftarkan diri pada salah satu Perguruan Tinggi Swasta Universitas Medan Area Fakultas Psikologi.

Berkat usaha dan disertai doa dan kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan Tinggi Universitas Medan Area. Puji Tuhan Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul " Hubungan *Self Efficacy* dengan Komitmen Organisasi Pada *Independent Business Owner* (IBO) Di PT. Orindo Alam Ayu (ORIFLAME) Cabang Medan Helvetia ".

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat kemurahannya, kesabaran, kemudahan dan kelancaran yang diberikan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul **“Hubungan *self efficacy* dengan komitmen organisasi pada *Independent Business Owner* (IBO) di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia”** dan mampu bertahan pada setiap kendala dan cobaan yang dihadapi selama menyelesaikan proposal ini sampai dengan selesai.

Adapun maksud dan tujuan dari proposal ini adalah untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik untuk menyelesaikan pendidikan pada program studi Psikologi Universitas Medan Area. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan proposal penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada dosen pembimbing, Ibu Findy Suri N, S.Psi., M.si, yang banyak memberi saran dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih juga kepada kedua orang tua yang saya sayangi T.sihombing dan S.sihite juga kepada orang tua wali saya P.Silitonga dan D.Sihite serta sahabat saya “cendol girls” yang selalu memberikan perhatian, doa dan selalu menjadi penyemangat dalam kelancaran pengerjaan skripsi penulis.

Peneliti

Pesta Kristina Rospuli Sihombing
208600181

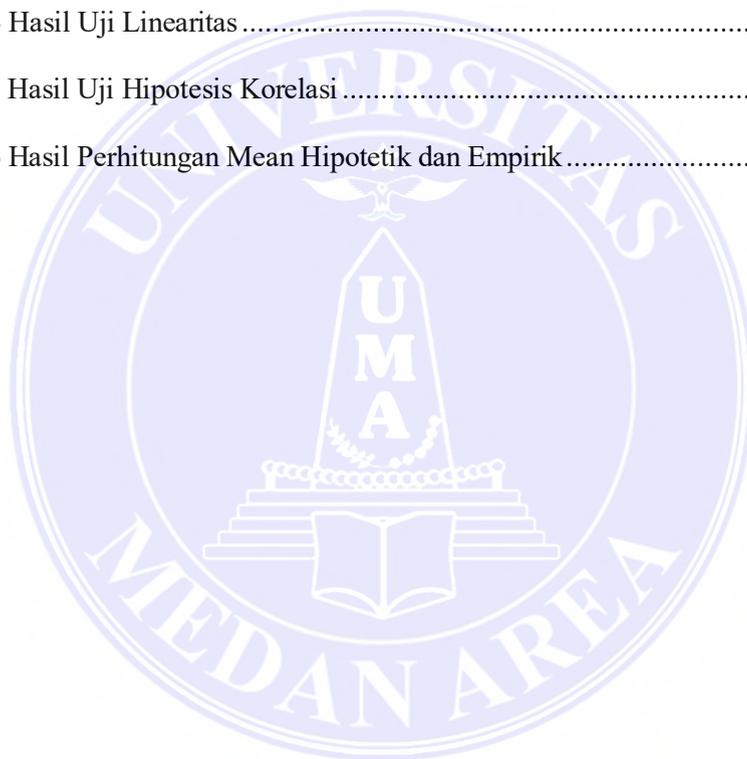
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Hipotesis.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Pengertian Independent Business Owner (IBO).....	10
2.2 Komitmen Organisasi.....	11
2.2.1 Pengertian Komitmen organisasi.....	11
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasi.....	13
2.2.3 Aspek Komitmen organisasi	19
2.2.4 Indikator Komitmen Organisasi	21
2.3 <i>Self Efficacy</i>	23
2.3.1 Pengertian <i>Self-Efficacy</i>	23
2.3.2 Aspek-aspek <i>Self-Efficacy</i>	25
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>self-efficacy</i>	27
2.3.4 Proses Self-Efficacy	29
2.4 Hubungan Self Efficacy terhadap komitmen organisasi.....	30
2.5 Kerangka Konseptual	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	34
3.1.1 Waktu Penelitian.....	34
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	34
3.2 Bahan dan Alat Penelitian.....	34
3.3 Metodologi Penelitian.....	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel.....	37
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
3.5.1 <i>Self efficacy</i>	38
3.5.2 Komitmen organisasi.....	38
3.6 Prosedur Kerja.....	38
3.6.1 Persiapan Administrasi.....	38
3.6.2 Persiapan Alat Ukur	39
3.6.3 Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur	41
3.6.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.5 Uji Analisis Korelasi	42
3.6.6 Pelaksanaan Penelitian	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian.....	45
4.1.1 Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas <i>Self Efficacy</i>	45
4.1.2 Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas Komitmen Organisasi.....	46
4.1.3 Hasil Analisis Data.....	47
4.1.4. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik	49
4.2 Pembahasan.....	52
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Simpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Distribusi Skala <i>Self Efficacy</i> Sebelum Uji Coba.....	39
Tabel 3.3 Distribusi Skala Komitmen Organisasi Sebelum Uji Coba	40
Tabel 4.1 Distribusi Skala <i>Self Efficacy</i> Setelah Uji Coba.....	45
Tabel 4.2 Distribusi Komitmen Organisasi Setelah Uji Coba.....	46
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Normalitas	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Linearitas	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Hipotesis Korelasi	49
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik.....	51



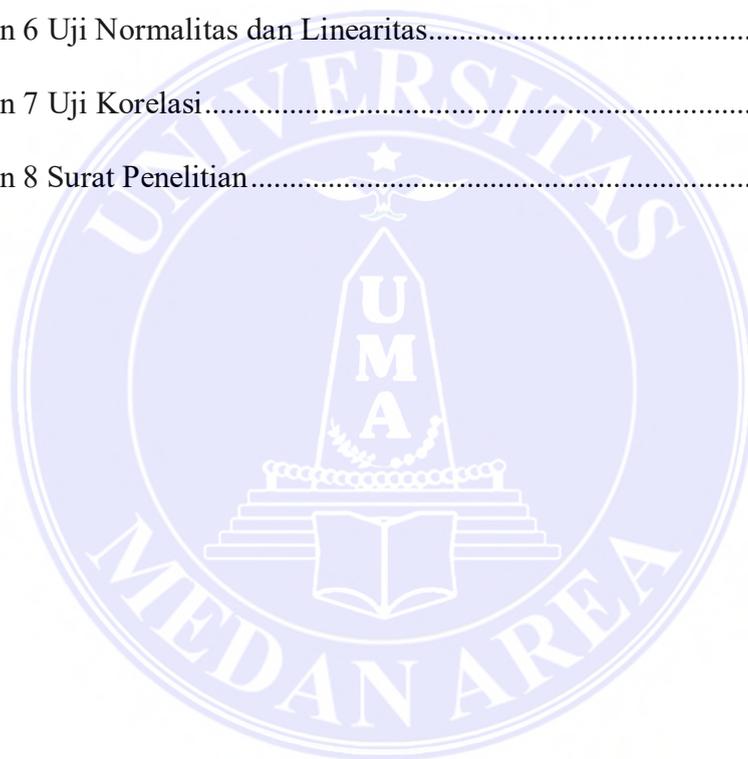
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 Kurva Distribusi <i>Sel Efficacy</i>	51
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Komitmen Organisasi.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Alat ukur Penelitian Variabel X	65
Lampiran 2 Alat Ukur Penelitian Variabel Y	69
Lampiran 3 Hasil Data Mentah Penelitian Variabel X.....	73
Lampiran 4 Hasil Data Mentah Penelitian Variabel Y.....	75
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas	77
Lampiran 6 Uji Normalitas dan Linearitas.....	82
Lempiran 7 Uji Korelasi.....	86
Lampiran 8 Surat Penelitian.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, tingkat persaingan perusahaan semakin tinggi. Setiap perusahaan diharuskan menyiapkan berbagai strategi bisnis dalam rangka membenahi diri menuju organisasi yang lebih efektif. Perusahaan berusaha untuk memelihara, mengelola dan memanfaatkan sumber daya manusia yang dimiliki dengan sebaik mungkin. Sumber daya manusia sangat penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan karena merupakan sumber daya yang akan membantu mengarahkan, mempertahankan dan mengembangkan organisasi.

Oleh karena itu, perusahaan menginginkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas dan kapasitas yang baik agar mampu bersaing secara global. Salah satu aspek yang diinginkan perusahaan adalah memiliki karyawan dengan komitmen organisasi yang baik karena perusahaan dapat melihat karyawan dari penerimaan dan kepercayaan terhadap organisasi, keinginan karyawan untuk mencapai tujuan organisasi, dan memiliki keinginan yang besar untuk bertahan dalam organisasi tersebut (Dewi, 2020).

Komitmen organisasi merupakan tingkat kepercayaan dan penerimaan dari individu terhadap tujuan organisasi dan keinginan untuk tetap berada dalam organisasi. Saat karyawan memiliki komitmen organisasi yang tinggi maka akan memberikan pengaruh positif terhadap motivasinya ketika bekerja dan pencapaian target di perusahaan. Selain itu karyawan dengan komitmen organisasi yang tinggi juga akan bekerja dengan penuh dedikasi dan akan lebih bertanggung jawab untuk membantu kesejahteraan dan keberhasilan perusahaan tempatnya bekerja.

Idealnya komitmen organisasi dalam sebuah organisasi atau perusahaan harus mencakup berbagai aspek penting seperti keterikatan emosional individu terhadap organisasi, keterikatan untuk tetap bertahan dalam organisasi dan juga rasa tanggung jawab untuk setia kepada organisasi (Meyer et al., 2002). Hal ini didukung oleh teori pertukaran relasional (*The exchange relationship theory*) yang dikemukakan oleh March & Simon (1958) yang memandang pertukaran relasional dan kepentingan antara organisasi sebagai suatu sistem dan para anggota organisasi, dalam hal ini karyawan dimana pertukaran yang terjadi berlandaskan pada imbalan dan kontribusi yang dilakukan (dalam Yusuf & Syarif, 2018).

Komitmen organisasi sebagai “loyalitas terhadap organisasi” sebagaimana dijelaskan oleh Steers & Rirchard (1985) bahwa komitmen organisasi ditandai dengan niat untuk tetap berada di dalamnya, melakukan identifikasi dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi serta kemauan untuk menggunakan tenaga ekstra atas nama organisasi. Komitmen organisasi adalah sikap yang mencerminkan loyalitas terhadap organisasi serta proses berkelanjutan dimana anggota organisasi menunjukkan kepedulian terhadap keberhasilan dan kesejahteraan organisasi yang berkelanjutan (Kazemi & Corlin, 2022)

Komitmen organisasi memiliki pengaruh yang sangat penting, bahkan ada beberapa organisasi yang memasukkan unsur komitmen sebagai syarat untuk menduduki jabatan yang ditawarkan dalam iklan lowongan kerja. Namun tidak jarang pengusaha dan karyawan masih belum memahami arti komitmen dengan sungguh-sungguh. Padahal pemahaman tersebut sangat penting bagi organisasi untuk menciptakan kondisi kerja yang kondusif, sehingga organisasi dapat berjalan secara efektif dan efisien (Chiu et al., 2020)

Komitmen organisasi yang terbentuk dalam diri seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu karakter pribadi individu, karakter organisasi dan pengalaman berorganisasi. Hal ini dinyatakan oleh Allan & Mayer (dalam Sagala, 2022). Berdasarkan faktor-faktor yang telah disebutkan maka terdapat salah satu faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi adalah faktor pribadi individu yang meliputi *self efficacy* (Aprilia et al., 2023).

Self efficacy atau efikasi diri mencakup beberapa aspek seperti menumbuhkan rasa percaya diri atas kemampuan individu, kekuatan atas keyakinan dan pengharapan terkait kemampuan yang dimiliki dan kepercayaan individu bahwa ia bisa menyelesaikan tugasnya. Karyawan dengan *self efficacy* yang tinggi memiliki dampak seperti semakin besar usaha karyawan tersebut untuk memperoleh keberhasilan di tempat kerja serta mampu juga dalam mengatasi berbagai kesulitan dan tekanan di tempat kerja. Hal ini memiliki pengaruh yang besar terhadap terbentuknya komitmen organisasi pada tempat kerja (Aprilia et al., 2023).

Bandura (1997) mendefinisikan *Self efficacy* sebagai keyakinan individu secara menyeluruh pada kemampuannya dalam mengatasi berbagai tuntutan atau situasi. *Self Efficacy* yang dijelaskan oleh Bandura adalah penilaian yang cukup dalam kapasitas seorang individu, dalam hal ini karyawan untuk mengontrol serta melaksanakan suatu sikap yang diperlukan untuk memperoleh hasil tertentu dan ini merupakan dasar dari motivasi, kebahagiaan dan pencapaian.

Self efficacy berhubungan dengan keyakinan mengenai apa yang bisa dilaksanakan dengan kemampuan mereka. Keyakinan ini dapat dipengaruhi oleh aspek-aspek tertentu seperti persepsi dan perilaku seseorang sehingga membuat perilaku satu sama lain berbeda dalam mengatasi suatu tantangan.

Self efficacy sangat bergantung pada individu tersebut dan khas terhadap berbagai macam hal sehingga bersifat subjektif. Persepsi yang ada dalam *self efficacy* bisa mempengaruhi tantangan mana yang harus dihadapi dan bagaimana menampilkan perilaku yang lebih baik. Oleh karena itulah keberadaan *self efficacy* sangat penting, jika karyawan tidak memiliki *self efficacy* yang baik maka karyawan akan kesulitan dalam menyelesaikan tugas ataupun mencapai suatu keinginan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) merupakan perusahaan kecantikan yang bergerak dalam perancangan, pengembangan, manufaktur dan pemasaran global produk-produk meliputi perawatan kulit, kosmetik, perawatan rambut dan tubuh, parfum, hingga aksesoris dan kebugaran. Oriflame mengadopsi sistem *Multi-Level Marketing* (MLM) yaitu strategi bisnis dalam ranah pemasaran langsung dengan sistemnya yang berjenjang dan melibatkan jaringan distributor independen untuk memasarkan produk dan menciptakan komunitas yang erat .

Independent Business Owner (IBO) merujuk kepada individu atau agen penjualan yang memilih untuk bekerja sama dengan perusahaan sebagai bagian dari mitra bisnis independen. Sebagai *Independent Business Owner* (IBO) mereka mempunyai hak untuk menjalankan bisnis secara mandiri, mengatur waktu kerja serta mengembangkan jaringan pemasaran mereka sendiri. IBO akan dikenalkan bagaimana cara melakukan penjualan dan bagaimana mereka bekerja sama mencapai target yang ada. Disini *job description* sebagai IBO akan semakin terlihat.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal yang telah dilakukan peneliti di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia ditemukan bahwa terdapat IBO yang komitmen organisasinya rendah disebabkan oleh kurangnya

kepercayaan diri terhadap kemampuan yang dimiliki. Hal ini juga mempengaruhi tingkat keterlibatan dan dedikasi IBO terhadap tim dan organisasi. Padahal menjadi IBO memungkinkan seseorang untuk memiliki bisnis sampingan atau penuh waktu juga kesempatan mendapatkan komisi dan bonus penjualan tergantung pada tingkat komitmen dan upaya yang diinvestasikan.

Namun bagi *Independent Business Owner* yang merasa kurang percaya diri dengan kemampuannya untuk mencapai target penjualan atau mengelola timnya seringkali muncul perasaan frustrasi dan kurang termotivasi yang mana ini menjadi penyebab perasaan ketidakpuasan terhadap pekerjaannya dan pada akhirnya mengurangi tingkat komitmen terhadap organisasi. Komitmen organisasi menunjukkan keadaan psikologis yang mengidentifikasi organisasi dan berbagai hal yang mempengaruhi organisasi dan perilaku. Ketika terdapat tingkat komitmen individu yang tinggi terhadap suatu organisasi, fenomena tersebut mengarah pada hasil yang baik bagi individu dan organisasi dan ketika tingkat komitmen terhadap organisasi rendah maka fenomena ini akan mengarah pada hasil yang kurang baik.

Seorang IBO di ORIFLAME cabang Medan Helvetia yang diwawancarai peneliti berinisial ET menyatakan bahwa meskipun terlibat langsung dengan organisasi sebagai mitra bisnis, namun merasa kurang terhubung dengan nilai dan visi perusahaan yang diwakilinya. ET sering berada dalam momen dimana ET merasa kelelahan dan ketidakpastian saat terlibat dengan pedoman pekerjaannya.

Salah satu contoh, saat memposting katalog jualan setiap hari di media sosial namun *views*nya belum sesuai dengan harapan dan belum ada peningkatan penjualan. Hal ini membuat ET mengurangi rasa keterikatan dan kesetiaan terhadap perusahaan.

IBO lain yang diwawancarai peneliti berinisial CS juga mengungkapkan bahwa dirinya merasa sulit untuk mencapai target penjualan ataupun mendapatkan dukungan yang dibutuhkannya dalam hal ini dukungan sumber daya untuk meningkatkan keterampilan manajerial. CS merasa bahwa dia tidak mampu memenuhi ekspektasi yang diberikan padanya sehingga CS merasa sulit untuk tetap berkomitmen.

Para IBO melihat perubahan kebijakan yang terkadang mendadak contohnya dalam perubahan harga promo setiap bulan untuk produk yang sama, ketentuan mendapatkan bonus pada setiap tingkatan jabatan dan kurangnya edukasi dan pembinaan pada tantangan perubahan ekonomi dan pasar membuat seorang IBO tidak percaya diri pada apa yang sudah dikerjakan dan menjadi tidak konsisten dalam mengerjakan tugas sebagai seorang IBO.

Berdasarkan kasus permasalahan yang dialami IBO Oriflame peneliti melihat bahwa setiap organisasi baik perusahaan MLM mengharapkan para IBO memiliki komitmen yang tinggi. Komitmen IBO pada organisasi merupakan dimensi perilaku yang dapat digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kekuatan IBO dalam bertahan dan melaksanakan tugas dan kewajibannya pada organisasi. Komitmen dilihat sebagai suatu orientasi nilai terhadap organisasi yang menunjukkan individu sangat memikirkan dan mengutamakan pekerjaan dan organisasinya. Individu akan berusaha memberikan segala usaha yang dimilikinya dalam rangka membantu organisasi mencapai tujuannya (Muis et al., 2018).

Beberapa Penelitian terdahulu terkait hubungan *self efficacy* dengan komitmen organisasi telah dilakukan sebelumnya yaitu oleh salah satu peneliti terdahulu dengan judul “Hubungan *Self-Efficacy* dengan komitmen kerja pada karyawan

PT.Delta Pasific Indotuna Kota Bitung” (Soleman et al., 2022). Hasil penelitian tersebut menunjukkan jika semakin tinggi *self efficacy* maka semakin tinggi komitmen kerja dalam organisasi. Penelitian ini menyatakan ada hubungan yang signifikan antara *Self-efficacy* dengan komitmen kerja pada karyawan PT.Delta Pasific Indotuna Kota Bitung.

Adapun penelitian lainnya dengan judul “Hubungan *Self Efficacy* dan Komitmen organisasi di Perusahaan X di Ungaran” telah dilakukan oleh Sagala (2022). Penelitian ini dilakukan pada karyawan produksi departemen Finishing dan B&R dengan jumlah sampel sebanyak 69 karyawan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan semakin tinggi *self efficacy* yang dimiliki karyawan maka semakin tinggi juga komitmen organisasi yang dimiliki karyawan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa penelitian ini memiliki relevansi yang signifikan dalam membahas hubungan *self efficacy* terhadap komitmen organisasi pada *Independent Business Owner* (IBO) PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia. Adanya masalah dalam komitmen organisasi yang disebabkan oleh *self efficacy* menunjukkan perlunya eksplorasi lebih lanjut yang harus dilakukan di PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia.

Dengan demikian peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Hubungan *Self-Efficacy* dengan Komitmen organisasi *Independent Business Owner* (IBO) di PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia. Penelitian ini bertujuan untuk memberi kontribusi yang berguna dalam memperluas pengetahuan kita tentang hubungan *self efficacy* terhadap komitmen organisasi serta mengisi kesenjangan informasi yang ada.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang hubungan *self efficacy* terhadap komitmen organisasi yang nantinya dapat memberikan implikasi praktis dan akademis yang berharga.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah dalam penelitian ini yang ingin diketahui peneliti adalah apakah ada hubungan antara *Self-Efficacy* dengan komitmen organisasi pada *Independent Business Owner* (IBO) PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Self efficacy* dengan komitmen organisasi pada *Independent Business Owner* (IBO) PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia

1.4 Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis dari beberapa penelitian terdahulu, peneliti menarik hipotesis penelitian bahwa ada hubungan positif antara *self efficacy* terhadap komitmen organisasi dengan asumsi semakin tinggi *self efficacy* pada IBO maka semakin tinggi tingkat komitmen organisasi, dan sebaliknya juga semakin rendah *self efficacy* pada IBO maka semakin rendah tingkat komitmen organisasi.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis, yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan peneliti dari penelitian ini adalah dapat memberikan sumbangan informasi dan pemikiran yang sekiranya bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang psikologi khususnya Psikologi Industri dan Organisasi dalam membantu menambahkan pengetahuan tentang teori yang ada didalam *Self-Efficacy* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya serta dapat menambahkan pengetahuan yang mendalam tentang komitmen organisasi yang nantinya dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi untuk pembaca khususnya bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya di bidang yang sama.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran yang bermanfaat kepada pihak-pihak yang berkepentingan seperti membantu perusahaan untuk memahami *Self-Efficacy* dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan strategi pelatihan dan pengembangan diri yang lebih efektif dan mengetahui bagaimana komitmen organisasi pada IBO oriflame. Selain itu penelitian ini juga diharapkan mampu membantu perusahaan dalam memberikan dukungan yang lebih baik kepada IBO demi tercapainya tujuan bisnis yang diharapkan perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Independent Business Owner (IBO)

"*Independent Business Owner*" atau disebut juga mitra bisnis independen adalah istilah yang digunakan oleh perusahaan Oriflame untuk anggota independen yang bergabung dengan perusahaan sebagai mitra penjualan atau perwakilan penjualan. Mereka adalah orang-orang yang mempromosikan dan menjual produk Oriflame kepada konsumen akhir dan mempunyai kesempatan untuk membangun tim penjualan mereka sendiri dengan merekrut anggota baru. IBO Oriflame memenuhi sejumlah peran, termasuk:

- a. *Dealer* Produk: Mereka menjual produk kecantikan dan perawatan pribadi Oriflame kepada pelanggannya.
- b. Perekrut Anggota Baru: Mereka mempunyai kemampuan untuk merekrut orang lain ke dalam bisnis Oriflame dan membantu mereka menjadi mitra merek juga.
- c. Pengembang Bisnis: Mereka dapat membangun tim penjualan mereka sendiri dengan mengembangkan jaringan dan anggota tim mereka sendiri, dan mendapatkan komisi tambahan untuk penjualan anggota tim.

Mitra bisnis independen Oriflame memiliki sistem bekerja dari rumah atau mandiri dan fleksibel dalam menjalankan bisnisnya. Mereka dapat menggunakan produk Oriflame dengan harga lebih rendah dan mendapatkan komisi dari penjualan.

2.2 Komitmen Organisasi

2.2.1 Pengertian Komitmen organisasi

Komitmen pada setiap IBO penting karena dengan komitmen seorang IBO dapat menjadi lebih bertanggung jawab terhadap pekerjaannya dibanding dengan IBO yang tidak mempunyai komitmen organisasi. Menurut Allen & Meyer (dalam Sahir et al., 2022) komitmen organisasi merupakan keyakinan yang kuat dan penerimaan nilai-nilai serta tujuan organisasi, dengan melibatkan diri dan loyal untuk terus berada di organisasi.

Kemudian Robbins & Judge (2015) menyatakan bahwa komitmen organisasi dapat didefinisikan sebagai kekuatan yang bersifat relatif dari individu dalam mengidentifikasi keterlibatan dirinya ke dalam bagian organisasi yang dicirikan oleh penerimaan nilai dan tujuan organisasi, kesediaan berusaha demi organisasi dan keinginan mempertahankan keanggotaan dalam organisasi. Adapun Durkin (dalam Yusuf & Syarif, 2018) mendefinisikan Komitmen organisasi sebagai perasaan yang kuat dan erat dari seseorang terhadap tujuan dan nilai suatu organisasi dalam hubungannya dengan peran mereka terhadap upaya pencapaian tujuan dan nilai-nilai tersebut.

Komitmen organisasi adalah bentuk pengorbanan yang tinggi yang dilakukan oleh karyawan terhadap organisasi, serta keyakinan kuat dalam menerima dan menginternalisasi nilai-nilai organisasi. Komitmen ini juga mencakup hubungan erat antara karyawan dan organisasi, yang tercermin dari tingginya tingkat keterlibatan dan loyalitas karyawan. Komitmen terhadap organisasi dipandang sebagai orientasi nilai yang menunjukkan bahwa individu benar-benar memikirkan dan memprioritaskan pekerjaan serta kepentingan organisasinya (Henri, 2019)

Luthans (dalam Kusumaputri, 2018) menjelaskan tentang konsep komitmen dalam organisasi bahwa komitmen merupakan unidimensi yang menekankan pada keinginan kuat untuk tetap bertahan sebagai anggota organisasi, keinginan untuk berusaha keras sesuai keinginan organisasi, dan keyakinan tertentu untuk penerimaan nilai dan tujuan organisasi. Pendekatan perilaku menitikberatkan pandangan bahwa komitmen merupakan keyakinan dan penerimaan terhadap organisasi, tujuan, dan nilai-nilai yang ada di organisasi, adanya keinginan untuk berusaha sebaik mungkin sesuai dengan keinginan organisasi. Usaha untuk berbuat sebaik mungkin mencakup berbuat untuk kepentingan organisasi dan bentuk pengorbanan dalam bentuk lain tanpa mengharapkan keuntungan pribadi secara cepat.

Komitmen organisasi tidak mengacu pada organisasi atau karier seseorang, tetapi pada pekerjaan. Orang yang berkomitmen untuk bekerja memiliki rasa tanggung jawab yang kuat terhadap pekerjaan, dan menempatkan nilai intrinsik pada pekerjaan sebagai pusat minat hidup (Asfari et al., 2020). Komitmen menyatakan tingkat tertinggi dari keterikatan emosional, dimana komitmen akan menimbulkan ketergantungan. Komitmen juga akan menimbulkan rasa aman dan adanya dorongan untuk tetap mempertahankan perasaan aman tersebut.

Individu akan berusaha memberikan segala upaya yang dimiliki untuk membantu organisasi mencapai tujuannya. Keberhasilan pengelolaan organisasi sangat ditentukan oleh keberhasilan dalam mengelola sumber daya manusia. Tinggi rendahnya komitmen terhadap organisasi tempat bekerja sangat mempengaruhi kinerja yang dicapai oleh organisasi (Ribeiro et al., 2018)

Komitmen organisasi memiliki pengaruh yang sangat penting, bahkan ada beberapa organisasi yang berani memasukkan unsur komitmen sebagai syarat untuk menduduki jabatan yang ditawarkan dalam iklan lowongan kerja. Namun tidak jarang pengusaha dan karyawan masih belum memahami arti komitmen dengan sungguh-sungguh. Padahal pemahaman tersebut sangat penting bagi organisasi untuk menciptakan kondisi kerja yang kondusif, sehingga organisasi dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Berdasarkan beberapa definisi mengenai komitmen organisasi dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa komitmen organisasi adalah suatu sikap atau perilaku karyawan yang berkaitan dengan keinginan yang kuat terhadap mempertahankan keanggotaannya pada organisasi yang di dalamnya yaitu perusahaan tempat ia bekerja dan menjalankan tujuan perusahaan dengan baik. Komitmen dalam penelitian ini yaitu komitmen untuk mempertahankan pekerjaannya sebagai IBO di ORIFLAME.

2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi menurut Kusumaputri (2018) adalah sebagai berikut :

a. Faktor-faktor terkait pekerjaan (*job related factors*)

Peran pekerjaan yang tidak jelas cenderung akan mengurangi komitmen pada organisasi dan kesempatan promosi yang tidak jelas juga dapat menurunkan komitmen. Faktor-faktor yang berdampak pada komitmen adalah tingkat tanggung jawab dan kemandirian yang diberikan pada anggota. Semakin tinggi tanggung jawab dan kemandirian pada suatu pekerjaan, semakin sedikit tingkat jenis pekerjaan yang monoton dilakukan berulang.

Atau semakin menarik pekerjaan tersebut, semakin tinggi komitmen yang diekspresikan oleh anggota.

b. Kesempatan pada anggota (*employee opportunities*)

Individu yang memiliki persepsi kuat akan memiliki kesempatan yang cukup banyak untuk mendapatkan pekerjaan lain mungkin cenderung berkurang komitmennya terhadap organisasi. Anggota organisasi yang memiliki peluang sedikit untuk mendapatkan kesempatan bekerja di tempat lain cenderung akan memiliki komitmen organisasi yang tinggi. Hasilnya adalah keanggotaan dalam organisasi didasarkan pada komitmen berkelanjutan, yakni anggota akan selalu memperhitungkan risiko untuk tetap bertahan atau meninggalkan organisasi.

c. Karakteristik personal (*personal characteristic*)

Karakteristik individu yang berpengaruh seperti usia, masa kerja, tingkat pendidikan, kepribadian, dan hal-hal yang menyangkut individu tersebut (karakter). Dijelaskan pula, bahwa semakin lama masa kerja maka makin tinggi juga komitmen kerja yang dimilikinya terhadap organisasi. Selain itu peran gender juga dapat berpengaruh pada komitmen organisasi, jenis pekerjaan yang diberikan dan keyakinan terhadap kemampuan yang dimilikinya.

d. Lingkungan Kerja

Lingkungan kerja juga berdampak pada komitmen kerja. Satu dari kondisi lingkungan kerja umum yang berdampak pada komitmen kerja secara positif adalah rasa memiliki organisasi.

Rasa memiliki terhadap organisasi memberikan makna bahwa anggota merasa dipentingkan dan mereka merasa dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan.

e. Hubungan Positif

Hubungan positif memiliki arti hubungan antar anggota baik hubungan dengan atasan, rekan kerja, maupun bawahan, dan rasa saling menghargai, akan menimbulkan komitmen kerja yang tinggi.

f. Struktur Organisasi

Struktur birokratis cenderung berdampak negatif pada komitmen kerja. Hilangnya hambatan-hambatan birokrasi dan perancangan struktur yang lebih fleksibel memungkinkan untuk berkontribusi pada peningkatan komitmen anggota sebuah organisasi.

g. Gaya Manajemen

Gaya manajemen yang membangkitkan keterlibatan anggota dapat membantu untuk memuaskan keinginan anggota untuk pemberdayaan dan tuntutan komitmen untuk tujuan-tujuan organisasi. Organisasi perlu meyakinkan bahwa strategi manajemen ditujukan dalam rangka memperbaiki komitmen.

Menurut Allen & Meyer (dalam Amidos et al., 2022) mengemukakan bahwa faktor- faktor yang mempengaruhi komitmen dalam berorganisasi adalah:

a. Karakteristik Pribadi Individu

Terbagi kedalam dua variabel, yaitu variabel demografis dan variabel disposisional. Variabel demografis mencakup gender, usia, status pernikahan tingkat pendidikan dan lamanya seseorang bekerja pada suatu organisasi. Variabel disposisional mencakup kepribadian dan nilai yang dimiliki anggota organisasi, termasuk kebutuhan untuk berprestasi, etos kerja yang baik, kebutuhan untuk berafiliasi, dan persepsi individu mengenai kompetensinya sendiri.

b. Karakteristik Organisasi

Hal-hal yang termasuk ke dalam karakteristik organisasi adalah struktur organisasi, desain kebijakan dalam organisasi, dan cara mensosialisasikan kebijakan organisasi tersebut.

c. Pengalaman Selama Berorganisasi

Pengalaman berorganisasi mencakup kepuasan dan motivasi anggota organisasi selama berada dalam organisasi, perannya dalam organisasi, dan hubungan antara anggota organisasi dengan supervisor atau pemimpinnya.

Menurut Robbins & Judge (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi yaitu :

a. Identifikasi dengan Organisasi dan Tujuannya

karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang tinggi cenderung mengidentifikasi diri mereka dengan organisasi dan tujuan-tujuannya, serta memiliki keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi tersebut.

b. Keterikatan Emosional dan Kepercayaan pada Nilai-nilai Organisasi

Keterikatan emosional dan kepercayaan pada nilai-nilai organisasi merupakan "standar emas" untuk komitmen karyawan.

Ini mencerminkan sejauh mana karyawan merasa terikat secara emosional dan percaya pada nilai-nilai yang dianut oleh organisasi.

c. Pemenuhan Janji oleh Organisasi

Karyawan yang merasa organisasi mereka gagal memenuhi janji cenderung merasa kurang berkomitmen. Penurunan komitmen ini dapat mengarah pada tingkat kreativitas kinerja yang lebih rendah.

d. Loyalitas atau Keterikatan Organisasi

Karyawan yang berkomitmen akan kurang terlibat dalam penarikan diri dari pekerjaan bahkan jika mereka tidak puas karena mereka memiliki rasa kesetiaan atau keterikatan terhadap organisasi.

e. Dukungan Organisasi

Karyawan yang merasa didukung oleh organisasi mereka cenderung memiliki kinerja berbasis peran yang lebih tinggi, terutama ketika mereka menghadapi stres yang menantang.

f. *Perceived Organizational Support* (POS)

Tingkat di mana karyawan percaya bahwa organisasi menghargai kontribusi mereka dan peduli terhadap kesejahteraan mereka juga dapat mempengaruhi komitmen organisasi.

g. Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja karyawan tidak hanya dilihat saat melakukan pekerjaan, tetapi dengan aspek pengalaman kerja karyawan.

Contohnya adalah interaksi dengan sesama rekan kerja, atasan, lingkungan kerja. Kepuasan kerja merupakan seberapa besar perasaan positif atau negatif yang di perlihatkan karyawan terhadap pekerjaannya seperti berat ringannya suatu pekerjaan, penempatan pekerjaan sesuai keahliannya, dan sifat pekerjaan yang monoton atau tidak.

Adapun ahli lainnya George dan Jones (dalam Lubis & Jaya Indra, 2019) mengemukakan bahwa komitmen organisasi adalah kumpulan perasaan dan kepercayaan yang dimiliki setiap anggota organisasi tentang organisasinya secara keseluruhan. Secara konsep tiga faktor yang turut memberikan pengaruh terhadap komitmen yaitu :

- a. Suatu keyakinan yang kuat dalam menerima tujuan-tujuan serta nilai-nilai organisasi
- b. Kemauan untuk melaksanakan upaya untuk kepentingan organisasi.
- c. Adanya suatu keinginan yang kuat untuk memelihara keanggotaan dalam organisasi. Tanpa ada suatu komitmen, maka tugas-tugas yang diberikan kepadanya sukar untuk dilakukan dengan baik.

Dari faktor-faktor yang mempengaruhi Komitmen organisasi disimpulkan bahwa komitmen organisasi merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor yang melibatkan peran individu, peran pekerjaan dan lingkungan kerjanya dalam organisasi. Komitmen tidak hanya bersumber dari faktor internal tetapi juga karakteristik organisasi itu sendiri. Gaya manajemen, struktur organisasi dan kebijakan dalam organisasi juga memiliki dampak signifikan terhadap komitmen anggota organisasi.

2.2.3 Aspek Komitmen organisasi

Robbins dan Judge (2015) menjelaskan terdapat tiga aspek komitmen, yaitu :

a. *Affective Commitment* (komitmen afektif)

Berkaitan dengan hubungan emosional anggota terhadap organisasinya, identifikasi dengan organisasi, dan keterlibatan anggota dengan kegiatan di organisasi. Komitmen afektif merupakan ikatan secara emosional yang melekat pada seorang karyawan untuk mengidentifikasi dan melibatkan dirinya dengan organisasi. Ketika seorang karyawan memiliki *affective commitment* yang tinggi, maka ia akan tetap bertahan dalam sebuah organisasi karena ia memang menginginkan hal itu. Komitmen afektif ini juga dapat dikatakan sebagai penentu yang penting atas dedikasi dan loyalitas seorang karyawan.

b. *Continuance Commitment* (komitmen berkelanjutan)

Pada aspek ini anggota organisasi memiliki kesadaran bahwa ia akan mengalami kerugian jika meninggalkan organisasi. Komitmen berkelanjutan berkaitan dengan persepsi seseorang atas biaya dan resiko dengan meninggalkan organisasi saat ini. Seorang karyawan dengan *continuance commitment* yang tinggi akan terus bertahan dalam organisasi karena karyawan tersebut memiliki kebutuhan untuk menjadi anggota organisasi tersebut.

c. *Normative Commitment* (komitmen normatif)

Komitmen normatif merupakan Perasaan atas kewajiban terhadap organisasi berdasarkan nilai dan norma yang ia miliki sendiri.

Dengan kata lain, komitmen normatif berkaitan dengan perasaan wajib untuk tetap berkerja dalam organisasi. Individu dengan komitmen normatif yang tinggi akan tetap bertahan dalam organisasi karena merasa adanya kewajiban atau tuntutan untuk menjadi bagian dari organisasi.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Allan & Meyer (dalam Greenberg & Baron, 2003) yang membagi komitmen organisasi menjadi tiga aspek, diantaranya:

1. Komitmen afektif, yaitu kedekatan emosional dengan organisasi dengan mempercayai nilai-nilai yang dianutnya.
2. Komitmen berkelanjutan adalah penilaian antara pendapatan tetap dengan organisasi dan mempertimbangkannya untuk tetap bertahan atau meninggalkan organisasinya.
3. Komitmen normatif, kewajiban seseorang karena alasan moral dan etika mereka akan tetap bertahan dalam suatu organisasi.

Allen & Meyer (1993) juga mengungkapkan bahwa ada tiga aspek dalam komitmen yaitu komitmen organisasi afektif, komitmen organisasi keberlanjutan, dan komitmen organisasi normatif. Dari tiga aspek tersebut, kita bisa melihat komitmen sebagai kondisi psikologis yang mencirikan hubungan antara karyawan dan organisasi dan memiliki implikasi terhadap keputusan individu untuk bertahan atau meninggalkan organisasi (Yusuf & Syarif, 2018).

Sifat dari kondisi psikologis untuk setiap bentuk komitmen berbeda-beda. Berdasarkan pendapat ahli yang diuraikan di atas maka peneliti menarik kesimpulan bahwa karyawan dengan komitmen afektif yang kuat akan tetap berada dalam

organisasi karena keinginan mereka karyawan dengan komitmen berkelanjutan yang kuat akan tetap dalam organisasi karena keperluan mereka, sementara karyawan yang memiliki komitmen normatif yang kuat tetap dalam organisasi karena suatu keharusan.

2.2.4 Indikator Komitmen Organisasi

Indikator Komitmen Organisasi yang diungkapkan oleh Busro (dalam Maranata et al., 2023) menyatakan bahwa setiap aspek komitmen organisasi memiliki indikator yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Indikator Komitmen Afektif (*Affective Commitment*) meliputi:
 - (a) kepercayaan yang kuat dan menerima nilai dan tujuan organisasi
 - (b) loyalitas terhadap organisasi
 - (c) kerelaan menggunakan upaya demi kepentingan organisasi
- b. Indikator Komitmen Kontinu (*Continue Commitment*) meliputi:
 - (a) memperhitungkan keuntungan untuk tetap bekerja dalam organisasi
 - (b) memperhitungkan kerugian jika meninggalkan organisasi
- c. Indikator Komitmen Normatif (*Normative Commitment*) meliputi:
 - (a) kemauan bekerja dan
 - (b) tanggung jawab memajukan organisasi

Menurut Morgan & Hunt (1994) menjelaskan bahwa untuk memperkirakan tingkat komitmen organisasi IBO ada berbagai indikator.

IBO memiliki komitmen organisasi yang tinggi ketika :

- a. Memiliki keinginan terus berusaha mencapai tujuan perusahaan
- b. Memiliki kepercayaan diri dan bertanggungjawab terhadap semua tujuan dan nilai-nilai perusahaan

- c. Memiliki motivasi yang kuat untuk mempertahankan diri sebagai karyawan di perusahaan

Indikator komitmen organisasi lainnya juga diungkapkan oleh Juaneda-Ayensa et al., (2017) mengungkapkan bahwa indikator dalam organisasi yaitu :

1. Komitmen afektif:

- (a). Merasa menjadi bagian dari perusahaan
- (b). Menjadi bagian dari hidupnya
- (c). Menyediakan fasilitas dapat memberikan kepuasan

2. Komitmen berkelanjutan:

- (a). Rasa memiliki sangat tinggi
- (b). Menjadi tanggung jawab bersama
- (c). Tetap menjadi karyawan atau bagian dari organisasi

3. Komitmen normatif:

- (a). pekerjaan tidak pernah menjadi masalah
- (b). Keinginan untuk berprestasi

Berdasarkan beberapa pendapat ahli yang telah dijelaskan diatas, juga pernyataan yang terjadi di lapangan, dapat ditarik kesimpulan bahwa komitmen organisasi IBO yang dibidang tinggi mempunyai indikator keinginan mencapai tujuan, memiliki kepercayaan diri dan bertanggung jawab atas tugas dan keberadaanya dalam organisasi.

2.3 Self Efficacy

2.3.1 Pengertian Self-Efficacy

Menurut Bandura (dalam Gufron & Risnawati (2017)) *Self Efficacy* adalah hasil dari proses kognitif berupa keputusan, keyakinan, atau pengharapan tentang sejauh mana individu memperkirakan kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas atau tindakan tertentu yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menurut Bandura, *self efficacy* tidak berkaitan dengan kecakapan yang dimiliki, tetapi berkaitan dengan keyakinan individu mengenai hal yang dapat dilakukan dengan kecakapan yang ia miliki seberapa pun besarnya.

Self efficacy menekankan pada komponen keyakinan diri yang dimiliki seseorang dalam menghadapi situasi yang akan datang yang mengandung ketidakpastian, tidak dapat diramalkan, dan sering penuh dengan tekanan. Meskipun efikasi diri memiliki suatu pengaruh sebab-akibat yang besar pada tindakan kita efikasi diri bukan merupakan satu-satunya penentu tindakan. Efikasi diri berkombinasi dengan lingkungan, perilaku sebelumnya, dan variabel-variabel personal lain. Efikasi diri akan memengaruhi beberapa aspek dari kognisi dan perilaku seseorang (LiLin & Shiqian, 2018)

Self efficacy mengacu pada keyakinan bahwa seorang individu bisa melakukan kontrol atas proses internal yang berdampak pada mereka dan situasi eksternal yang melakukannya. Menurut Bandura, ini ada hubungannya dengan kepercayaan diri seseorang terhadap kapasitas seseorang untuk merencanakan dan melaksanakan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu (Cabayag & Jr, 2024).

Self-efficacy merupakan kepercayaan dan keyakinan diri atas kemampuan yang dimilikinya dengan didorongnya motivasi sehingga mampu memperoleh keberhasilan dalam pekerjaannya serta meningkatkan kinerja yang tinggi. *Self-Efficacy* itu sangat penting bagi karyawan karena dapat meningkatkan kemampuan yang dimilikinya dan dapat menjalankan tugas pekerjaan dengan baik (Winata & Nurhasanah, 2022).

Self efficacy secara umum menurut Greenberg (dalam Vanny et al., 2022) adalah seseorang percaya bahwa dirinya memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas yang spesifik dengan baik. Konsep *self-efficacy* menyeluruh (*general self-efficacy*) yang merujuk atas keyakinan individu secara menyeluruh pada kemampuannya dalam mengatasi berbagai tuntutan atau situasi. *General self-efficacy* berfokus pada keyakinan yang luas dan stabil pada kemampuan individu untuk dapat menghadapi berbagai situasi yang menekan dengan baik. *General self-efficacy* dapat menjelaskan cakupan yang lebih luas mengenai perilaku individu ketika konteksnya tidak terlalu spesifik.

Nuzulia (dalam Efendi, 2013) juga mengungkapkan bahwa pada dasarnya *self efficacy* adalah hasil dari proses kognitif berupa keputusan, keyakinan atau pengharapan tentang sejauh mana individu memperkirakan kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas atau tindakan tertentu yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Pendapat ini juga didukung oleh Ayu et al., (2024) yang mempertegas bahwa *self efficacy* turut mempengaruhi keyakinan dalam mencapai sesuatu serta bagaimana cara individu mengatasi masalah yang muncul.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *self efficacy* secara umum adalah keyakinan seseorang mengenal kemampuan-kemampuannya dalam mengatasi beraneka ragam situasi yang muncul dalam hidupnya *self efficacy* secara umum tidak berkaitan dengan kecakapan yang dimiliki, tetapi berkaitan dengan keyakinan individu mengenai hal yang dapat dilakukan dengan kecakapan yang ia miliki seberapapun besarnya. *Self efficacy* akan memengaruhi beberapa aspek dari kognisi dan perilaku seseorang. Oleh karena itu, perilaku satu individu akan berbeda dengan individu yang lain.

2.3.2 Aspek-aspek *Self-Efficacy*

Menurut Bandura (dalam Gufron & Risnawati (2017), *self-efficacy* memiliki tiga aspek dimana masing-masing aspek tersebut mempunyai implikasi signifikan terhadap komitmen organisasi, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Level* (tingkat kesulitan tugas) yang mengacu pada kemampuan seseorang untuk melakukan tugas dengan tingkat kesulitan tugas yang berbeda-beda. Aspek ini berkaitan dengan derajat kesulitan tugas ketika Individu merasa mampu untuk melakukannya. Apabila individu dihadapkan pada tugas-tugas yang disusun menurut tingkat kesulitannya, maka efikasi diri individu mungkin akan terbatas pada tugas-tugas yang mudah, sedang, atau bahkan meliputi tugas-tugas yang paling sulit, sesuai dengan batas kemampuan yang dirasakan untuk memenuhi tuntutan perilaku yang dibutuhkan pada masing-masing tingkat. Aspek ini memiliki implikasi terhadap pemilihan tingkah laku yang akan dicoba atau dihindari. Individu akan mencoba tingkah laku yang dirasa mampu dilakukannya dan menghindari tingkah laku yang berada di luar batas kemampuan yang dirasakannya.

b. *Strenght* (Kekuatan) mengacu pada individu untuk mampu menilai keyakinan dirinya dalam menyelesaikan tugas dan mengukur mampu tidaknya individu dalam menyelesaikan bidang-bidang dan konteks tertentu terungkap gambaran secara umum tentang efikasi diri individu yang berkaitan. Keyakinan yang lemah mudah digoyahkan oleh pengalaman pengalaman yang tidak mendukung. Sebaliknya, keyakinan yang kuat mendorong individu tetap bertahan dalam usahanya Meskipun mungkin ditemukan pengalaman yang kurang menunjang. Aspek ini biasanya berkaitan langsung dengan aspek level, yaitu makin tinggi taraf kesulitan tugas, makin lemah keyakinan yang dirasakan untuk menyelesaikannya. Semakin kuat perasaan efikasi diri dan semakin besar ketekunan, begitu juga sebaliknya semakin tinggi kemungkinan kegiatan yang dipilih dan dilakukan berhasil.

c. *Generality* (Generalisasi) berkaitan dengan luas tingkah laku yang mana individu merasa yakin akan kemampuan yang dimiliki terbatas pada suatu aktivitas dan situasi tertentu atau pada serangkaian aktivitas dan situasi yang bervariasi yang diekspresikan dalam bentuk tingkah laku, kognitif dan afeksi.

Self efficacy yang dimiliki seseorang dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu:

a. Sifat tugas yang dihadapi seseorang akan memiliki keraguan yang tinggi terhadap kemampuannya jika menghadapi tugas yang sulit dan kompleks, begitu pula sebaliknya.

b. Status yang dimiliki seseorang. Seseorang yang keberadaannya diperhitungkan atau mempunyai status sosial tinggi di lingkungannya akan memiliki tingkat efikasi diri yang tinggi pula. Hal tersebut dikarenakan status sosial yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan diri seseorang.

Begitu pula sebaliknya, seseorang yang keberadaannya tersingkirkan atau memiliki status sosial yang rendah di lingkungannya akan memiliki tingkat efikasi diri yang rendah.

c. Informasi tentang kemampuan diri yang positif mengenai kemampuan dan kualitas diri seseorang akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan *self efficacy* yang ada pada diri seseorang tersebut, sebaliknya informasi negatif mengenai kemampuan dan kualitas diri seseorang akan mampu.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek *self efficacy* menurut Bandura (dalam Ghufon & Risnawita, 2017) yakni *Level* (tingkat kesulitan tugas) yang mengacu pada kemampuan seseorang untuk melakukan tugas dengan tingkat kesulitan tugas yang berbeda-beda, *Strenght* (Kekuatan) individu mampu menilai keyakinan dirinya dalam menyelesaikan tugas, *Generality* (Generalisasi) yang dapat digunakan sebagai indikator dalam pengukuran seberapa besar *self efficacy* pada *Independent Buisness Owner* (IBO) PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia.

2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi *self-efficacy*

Faktor yang mempengaruhi *Self Efficacy* menurut Bandura (dalam Gufon & Risnawati 2017) dapat bervariasi dan dipengaruhi oleh berbagai konteks dan situasi. Berikut adalah beberapa faktor utama yang dapat memengaruhi *self-efficacy*

- a. Pengalaman Pribadi (*Mastery Experience*): Keberhasilan atau kegagalan dalam tugas tertentu dapat mempengaruhi *self-efficacy*. Pengalaman berhasil meningkatkan *self-efficacy*, sementara kegagalan dapat menurunkannya.

- b. Pendekatan Verbal dan Persuasi (*Verbal Persuasion*): Umpan balik positif dan dorongan verbal dari orang lain dapat meningkatkan *self-efficacy*. Kata-kata dukungan dan keyakinan dari orang yang dihormati dapat memberikandampak positif.
- c. Model atau observasi orang lain (*Vicarious Experience*): Melihat orang lain yang berhasil dalam tugas serupa dapat meningkatkan keyakinan diri seseorang untuk mengatasi tugas tersebut.
- d. Kondisi Fisiologis (*Physiological States*): Sensasi fisiologis seperti kecemasan atau kenyamanan fisik dapat mempengaruhi *self-efficacy*.
- e. Faktor Sosial dan Lingkungan (*Social and Environmental Factors*): Dukungan sosial, norma kelompok, dan lingkungan kerja yang mendukung dapat memengaruhi *self-efficacy*. Sebaliknya, lingkungan yang tidak mendukung dapat menurunkan *self-efficacy*.
- f. Kemampuan untuk Mengatur Emosi (*Emotional Regulation*): Kemampuan untuk mengelola emosi dan mengatasi tantangan emosional dapat berkontribusi pada peningkatan *self-efficacy*.
- g. Kemampuan Pemecahan Masalah (*Problem-Solving Skills*): Kemampuan untuk merumuskan dan melaksanakan strategi pemecahan masalah dapat meningkatkan *self-efficacy*.
- h. Keyakinan pada Sumber Daya Dukungan (*Belief in Support Resources*) Keyakinan bahwa ada dukungan dan sumber daya yang dapat diakses dapat memperkuat *self-efficacy*.

Berdasarkan penjelasan di atas disimpulkan bahwa *self efficacy* dihasilkan dari pengalaman kesuksesan, pengalaman orang lain, persuasi verbal dan keadaan fisiologis individu juga bagaimana lingkungan sosial dan kemampuan untuk mengatur emosi, bagaimana cara memecahkan masalah dan kepercayaan pada sumber dukungan.

2.3.4 Proses Self-Efficacy

Bandura (1997) menjelaskan bahwa *self efficacy* memiliki dampak terhadap perilaku manusia melalui berbagai proses kognitif, proses afeksi, proses seleksi dan proses motivasi. Artinya *self efficacy* juga dapat mempengaruhi tindakan seseorang.

- a. Proses Kognitif. Bandura menjelaskan bahwa serangkaian Tindakan yang dilakukan manusia awalnya dikonstruksi pada pikirannya. *Self efficacy* berpengaruh terhadap pola berpikir yang dapat bersifat membantu atau menghancurkan yang kemudian akan memberikan arahan bagi tindakan yang akan dilakukan.
- b. Proses Afektif. Bagaimana pengaturan kondisi emosi dan reaksi emosional merupakan proses afektif. *Self Efficacy* mempengaruhi *coping* individu dalam mengatasi stress dan kecemasan melalui perilaku mengontrol stress dan sesuai yang disampaikan oleh Bandura juga *self efficacy* mengatur perilaku untuk menghindari kecemasan.
- c. Proses Seleksi. Individu akan menghindari aktivitas dan situasi yang dianggap melampaui batas kemampuan dalam dirinya, akan tetapi Individu tersebut telah siap melakukan aktivitas-aktivitas yang menantang dan memilih situasi yang dinilai mampu diatasi.

- d. Proses Motivasi. Kepercayaan akan kemampuan diri dapat mempengaruhi motivasi dalam beberapa hal, yaitu menentukan tujuan, melihat seberapa besar usaha yang dilakukan, seberapa tahan dalam menghadapi kesulitan dan ketahanan terhadap kegagalan.

Dari penjabaran di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa proses dalam *Self-efficacy* meliputi proses kognitif, proses motivasi, proses afeksi, dan proses seleksi.

2.4 Hubungan Self Efficacy terhadap komitmen organisasi

Komitmen organisasi merupakan tingkat kepercayaan dan penerimaan dari individu terhadap tujuan organisasi dan keinginan untuk tetap berada dalam organisasi. Ini juga berkaitan dengan apa yang diinginkan oleh organisasi kepada IBOnya dan juga sebaliknya apa yang diharapkan seorang IBO dari tempatnya bekerja (Oriflame).

Komitmen organisasi ini akan mempengaruhi konflik peran dalam diri IBO apabila hasil yang diharapkan organisasi pada setiap tugas dan tanggung jawabnya tidak mampu terselesaikan dengan baik. Apabila seorang IBO gagal menumbuhkan komitmen organisasi maka akan menghasilkan konflik disfungsional yang akan berdampak pada performa organisasi tempatnya bekerja dan juga performa dari timnya.

Penelitian terdahulu dengan judul yang membahas hubungan *self efficacy* dan komitmen organisasi pada perusahaan manufaktur “x” di Ungaran (Sagala, 2022) menjelaskan bahwa ada hubungan positif dimana tingkat *self efficacy* yang tinggi pada seorang karyawan maka komitmen organisasinya juga semakin tinggi begitu juga sebaliknya.

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan Allen & Meyer (1991) bahwa komitmen organisasi sebagai sebuah sikap seseorang dalam upaya penerimaan dalam organisasi serta kelekatan secara emosional untuk tetap menjadi anggota organisasi.

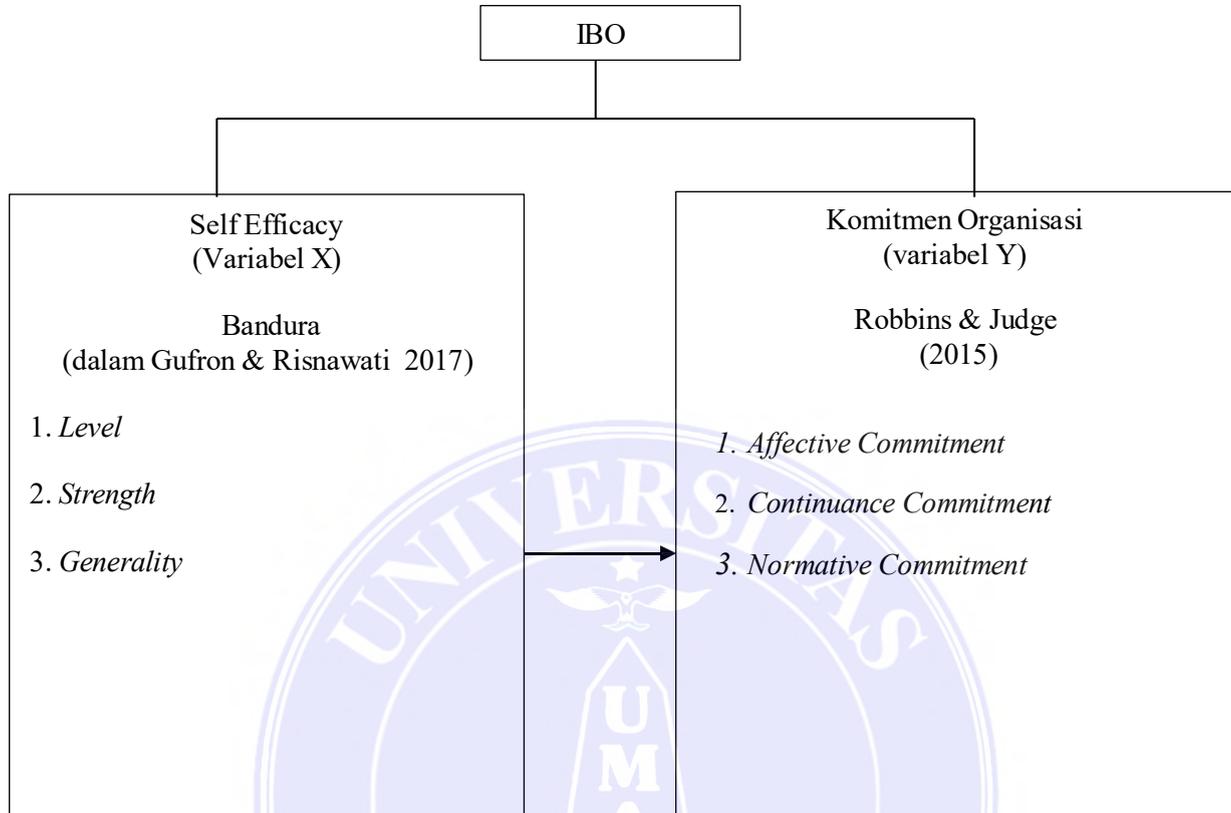
Allen & Meyer (1991) mengidentifikasi tiga aspek dari komitmen organisasi, yaitu komitmen afektif yang merupakan ciri preferensi atau keinginan untuk mempertahankan pekerjaan dengan organisasi berdasarkan perasaan keterikatan afektif atau emosional dengan suatu organisasi. Yang kedua adalah komitmen kontinu merupakan komitmen yang menunjukkan tingkat keterlibatan individu dengan organisasi berdasarkan pertimbangan biaya dan manfaat dimana seseorang bertahan dalam organisasi karena adanya pertimbangan yang terkait dengan pindah ke organisasi lain. Dan yang terakhir adalah komitmen normatif yaitu bentuk komitmen yang ditandai dengan rasa kewajiban karyawan untuk mempertahankan pekerjaan dengan organisasi. Komitmen ini membuat individu merasa berhutang budi pada organisasi.

Adapun *Self efficacy* ialah keyakinan untuk berhasil melakukan suatu pekerjaan oleh seorang individu. Aspek *self efficacy* menurut Bandura (1997) terbagi atas tiga yaitu tingkatan (*level*), kekuatan (*strength*) dan generalisasi (*generality*). *Self efficacy* tentunya punya peran tersendiri bagi kehidupan individu tersebut. *Self efficacy* berperan pada hal-hal penting seperti pilihan dan juga tindakan yang dimiliki seseorang terkait tugas dan tanggung jawab. Hal ini akan membawa individu ke sebuah pengalaman dan memanfaatkan kesempatan yang ada

Dalam penelitian yang dilakukan Takeuchi & Matsushita (2021). Hasilnya menegaskan bahwa memperkuat dan mempertahankan kepercayaan individu dapat meningkatkan komitmen organisasi segera setelah awal karir. Namun, setelah beberapa tahun alih-alih komitmen organisasi hanya dipengaruhi oleh penguatan kepercayaan individu, kontrol internal yang lebih tinggi untuk penilaian (yaitu, kemampuan untuk mengendalikan tindakan sendiri tanpa bergantung pada orang lain) mempengaruhi komitmen organisasi.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi dipengaruhi oleh *self efficacy* karena tanpa adanya komitmen dari seorang individu maka suatu organisasi akan mengalami kemunduran. *Self Efficacy* mempengaruhi komitmen organisasi seorang IBO untuk tetap bisa bekerja mencapai tugas dan target yang ada dan tidak meninggalkan perusahaan sehingga dengan adanya komitmen untuk tetap bekerja di perusahaan maka keyakinan untuk bisa bekerja dan bertanggung jawab juga akan muncul.

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Waktu yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini pada bulan November 2023 – Agustus 2024 dan perinciannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	November 23	Desember 23	Januari 24	Februari 24	Maret 24	April 24	Mei 24	Juni 24	Juli 24	Agustus 24
1	Penyusunan Proposal	■	■	■							
2	Seminar Proposal				■						
3	Pengajuan surat izin penelitian					■	■				
4	Pengumpulan Data							■			
5	Pengolahan data							■	■		
6	Seminar Hasil								■	■	
7	Sidang Meja Hijau										■

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT.Orindo Alam Ayu cabang Medan Helvetia, Sumatera Utara, Indonesia. Tempat tersebut dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan kondisi yang relevan dengan topik yang dibahas dalam penelitian.

3.2 Bahan dan Alat Penelitian

Penelitian ini menggunakan beberapa bahan dan alat untuk mendukung penelitian. Bahan yang digunakan adalah data kuesioner yang dituangkan dalam bentuk *Google Forms* yang berisi pernyataan-pernyataan yang akan dijawab oleh responden. Beberapa alat yang digunakan adalah kertas, pulpen, laptop, *handphone* dan seperangkat aplikasi komputer. Penelitian ini menggunakan alat ukur skala psikologi sebagai alat penelitian untuk pengumpulan datanya.

Skala psikologi adalah alat yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi berbagai aspek dari perilaku, pikiran, dan emosi individu (Periantalo, 2015). Skala dalam psikologi menurut DeVellis (2017) merupakan serangkaian aitem yang digunakan untuk mengukur sebuah konstruk atau variabel yang tidak didapat diukur secara langsung.

3.3 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dimaksud untuk mengungkap gejala secara holistik – kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci.

Penelitian ini adalah penelitian korelasional untuk melihat hubungan antar variabel dalam suatu populasi. Penelitian kuantitatif bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif dimana peneliti mengamati fenomena yang terjadi dan mendapatkan informasi dari fenomena tersebut lalu mencari teori yang sesuai dengan fenomena tersebut.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menitikberatkan pengukuran dan analisis hubungan – sebab akibat antara bermacam macam variabel, bukan prosesnya (Priadana & Sunarsi, 2021). Terdapat karakteristik utama dalam skala dalam psikologi yakni terdiri dari serangkaian item atau pertanyaan yang disusun secara sistematis digunakan untuk mengukur konstruk atau variabel psikologis yang tidak dapat diobservasi secara langsung, menghasilkan skor yang dapat digunakan untuk menginterpretasikan karakteristik individu, dan yang terakhir harus memenuhi kriteria psikometrik seperti validitas dan reliabilitas.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert merupakan skala yang mengukur pendapat, persepsi, dan juga sikap seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Skala Likert digunakan untuk penelitian ini karena jawaban dari skala Likert dapat diberi skor. Skor diperlukan untuk keperluan analisis kuantitatif (Sugiyono, 2019). Menurut Yusuf (2021) dalam metode kuantitatif, data yang dikumpulkan akan berupa angka-angka.

Dalam penelitian ini peneliti menentukan fenomena sosial yang spesifik yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Variabel penelitian adalah karakteristik atau atribut yang dapat diukur atau diamati dan yang bervariasi di antara subjek penelitian (M. Yusuf, 2021). Variabel yang diukur dengan skala likert digambarkan sebagai indikator yang kemudian menjadi acuan untuk membangun pertanyaan atau pernyataan.

Skala Likert ini menggunakan 4 pilihan jawaban yaitu Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Aitem pernyataan disusun dalam bentuk kalimat *favorable dan unfavorable*. Kriteria penilaian jawaban dari setiap aitem akan diberikan poin. Untuk *aitem favorable* diberikan 4 poin untuk sangat setuju (SS) dari pilihan jawaban, 3 poin dari pilihan jawaban Setuju (S), lalu 2 poin untuk pilihan jawaban Tidak Setuju (TS), dan 1 poin untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

Adapun aitem *unfavorable* atau pernyataan yang tidak menyenangkan adalah dengan memberikan 1 poin untuk pilihan jawaban Sangat setuju (SS), lalu 2 poin untuk pilihan jawaban Setuju (S), 3 untuk pilihan jawaban Tidak Setuju (TS) dan 4 poin untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari subjek penelitian. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.

Populasi merupakan totalitas semua nilai-nilai yang mungkin dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Yusuf, 2021). Populasi penelitian ini adalah seluruh *Independent business Owner* (IBO) PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) cabang Medan Helvetia pada level 3 % sampai dengan level 9 %. Maka populasi dalam penelitian ini berjumlah 56 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan ini merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya (Yusuf, 2021). Pengambilan sampel dilakukan untuk memperoleh data yang bisa mewakili populasi tanpa harus mengumpulkan informasi dari seluruh populasi.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *total sampling*. Mengingat jumlah populasi yang relatif sedikit, maka peneliti menggunakan seluruh populasi sebagai sampel. Menurut Yusuf (2021) *total sampling* adalah penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Maka dari uraian diatas, sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 56 orang IBO di ORIFLAME cabang Medan Helvetia.

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.5.1 *Self efficacy*

Self Efficacy adalah penilaian diri seseorang terhadap kemampuannya untuk dapat atau tidak dapat mengerjakan sesuai yang dipersyaratkan untuk mencapai tujuan, melakukan suatu tugas, dan mengimplementasikan tindakan. Variabel *self efficacy* yang diukur dengan kuesioner dengan indikator yang disusun oleh teori Bandura (dalam Ghufroon & Risnawita, 2017) Skala ini akan menggunakan aspek yang terdiri dari tiga aspek yaitu : *level* (tingkatan tugas), *strength* (kekuatan) dan juga *generality* (*generalisasi*).

3.5.2 Komitmen organisasi

Komitmen organisasi adalah tingkat kepercayaan dan penerimaan dari individu terhadap tujuan organisasi dan keinginan untuk tetap berada dalam organisasi. Variabel ini akan diukur menggunakan kuesioner dengan indikator yang dikemukakan oleh Robbins & Judge (2015). Skala ini akan menggunakan tiga aspek yang terdiri dari aspek komitmen afektif, komitmen kontinu, dan juga komitmen normatif.

3.6 Prosedur Kerja

3.6.1 Persiapan Administrasi

Penelitian dilakukan berdasarkan surat pengantar riset dan pengambilan data dengan nomor 1295/FPSI/01.10/V/2024 tanggal 02 Mei. Selanjutnya penelitian dilakukan mulai tanggal 13 Mei 2024 sd 26 Mei 2024. Penelitian dilakukan setelah peneliti memberikan surat pengantar riset kepada Pimpinan Oriflame Medan Helvetia dan selanjutnya Pimpinan Oriflame Medan Helvetia memberikan izin kepada peneliti untuk melanjutkan penelitian

3.6.2 Persiapan Alat Ukur

Peneliti membuat *blueprint* yang berguna untuk mempermudah peneliti dalam membuat aitem yang akan dijadikan sebagai alat ukur.

A. Skala *self efficacy*

Dalam variabel *self efficacy*, peneliti menggunakan aspek yang diungkapkan oleh Bandura (Ghufron & Risnawita, 2017) yaitu *level* (tingkat kesulitan tugas), *strength* (kekuatan), *generality* (generalisasi)

Tabel 3.2 Distribusi Skala *self efficacy* Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	<i>Level</i>	Merasa mampu melaksanakan tugas dengan tingkat kesulitan yang berbeda-beda	1,3,5	26,28,30	10
		Individu merasa mampu menghadapi dan mengatasimasalah pada tantangan	7,9	22,24	
2	<i>Strenght</i>	Kemampuan Individu terhadap keyakinan dirinya dalam menyelesaikan tugas	11,13	16, 18	10
		Merasa memiliki dampakyang positif dalam organisasi	15,17,19	12,14,20	
3	<i>Generality</i>	Keyakinan individu akan kemampuannya melaksanakan tugas di berbagai aktivitas	21,23	6,10	10
		Merasa memiliki kemampuan penjualan produk dengan baik	25,27,29	2,4,8	
Tota			15	15	30

B. Skala komitmen organisasi

Dalam variabel *self efficacy*, peneliti menggunakan aspek yang diungkapkan oleh Robbins & Judge (2015) yaitu *Affective Commitment* (komitmen afektif), *Continuance Commitment* (komitmen kontinu), *Normative Commitment* (komitmen normatif).

Tabel 3.3 Distribusi Skala komitmen organisasi Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	<i>Affective commitment</i>	Memiliki keterikatan secara emosional dengan organisasi	1,3	34,36	12
		Keinginan untuk tetap menjadi bagian dari organisasi	5,7	30,32	
		Adanya perasaan menjadi bagian dari keluarga besar organisasi	9,11	28,26	
2	<i>Continuance commitment</i>	Merasa memiliki keuntungan jika tergabung dalam organisasi	13,15,17	20,22,24	6
3	<i>Normative commitment</i>	Merasa menjadi anggota organisasi merupakan kewajiban bagai aktivitas	19,21	16,18	18
		Adanya kesamaan nilai antara organisasi dan nilai diri	23,25,27	10,12,14	
		Adanya tanggung jawab moral pada diri sendiri terhadap anggota lain dan organisasi	29,31,33,35	2,4,6,8	
Total			18	18	36

3.6.3 Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur

Dalam rangka penelitian, peneliti menggunakan *try out* terpakai yang artinya memperlakukan sampel *try out* sebagai sampel penelitian sesungguhnya. Maka, dalam proses pengumpulan data, peneliti hanya menjalankan satu sesi pengambilan data yang akan langsung diterapkan untuk menguji validitas dan validitas alat ukur serta data yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

3.6.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2019). Adapun tujuan dari validitas yakni untuk mengukur dan mengetahui sejauh mana ketepatan suatu instrumen pengukuran dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Biasanya digunakan untuk mengukur seberapa efektif suatu kuesioner untuk memperoleh data, lebih tepat untuk pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuesioner.

Instrument akan dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya dalam suatu kuesioner. Teknik uji validitas yang akan digunakan dalam penelitian yakni validitas konstruk (*construct validity*) dimana teknik ini mengevaluasi sejauh mana skala benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud dan dilihat berdasarkan nilai dari hasil *Corrected Item-Total Correlation* (CITC) dengan memanfaatkan program IBM SPSS *for windows* dengan koefisien validitas lebih dari 0,300 ($>0,300$).

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau ternuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dengan objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau penelitian yang sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas skala *self efficacy* dan skala komitmen organisasi menggunakan Cronbach's Alpha memanfaatkan program IBM SPSS for windows. Menurut Saifuddin (2020) suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitasnya adalah lebih dari 0,700 ($>0,700$)

Uji Validitas dan realibitas menggunakan SPSS, SPSS merupakan suatu singkatan dari *Statistical Product and Service Solution*. SPSS merupakan bagian integral dari rentang proses analisa dan menyediakan akses data. SPSS dapat membaca berbagai jenis data atau memasukkan data secara langsung ke dalam SPSS Data editor versi 2021 *for windows*.

3.6.5 Uji Analisis Korelasi

Analisis ini menunjukkan keeratan hubungan antara dua variable atau lebih. Koefisien ini menunjukkan hubungan yang terjadi antara variabel independen dengan variable dependen. Penelitian ini menggunakan metode analisis korelasional dengan teknik statistik yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan antara dua variabel. analisis korelasi yang dipergunakan adalah *Correlation Product Moment* yang dikemukakan oleh Karl Pearson. Teknik ini termasuk teknik statistik parametrik yang menggunakan data interval dan *ratio* dengan persyaratan tertentu.

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan teknik *Correlation product moment* dimana dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing – masing variabel telah menyebar secara normal dan uji linearitas untuk mengetahui apakah data dari variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat. Teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data dari dua variabel tersebut sama (Yusuf, 2021)

Dalam melakukan uji analisis pada penelitian ini peneliti menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 21.0 for windows untuk mendukung peneliti dalam mengolah data dengan tujuan memastikan validitas dan kehandalan hasil analisis yang mana akan diambil serta kesimpulan yang akurat dari data yang telah dikumpulkan.

Sebelum dilakukan teknik analisis data terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap masing–masing variabel penelitian. Uji asumsi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Uji normalitas adalah pengujian sampel yang dihadapi adalah berasal dari populasi yang terdistribusi normal. Tujuan uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing–masing variabel telah menyebar secara normal. Metode menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) berdasarkan $p > 0,05$ dinyatakan normal.
- b. Uji linearitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi data penelitian.

Tujuan uji linearitas untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas menggunakan teknik *Pearson Product Moment* kriterianya p beda pada *deviation for linierity* $> 0,05$.

3.6.6 Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian dimulai dengan peneliti yang datang langsung menemui Pimpinan Oriflame cabang Medan Helvetia yaitu pimpinan *Grace Beauty Community* (GBC). Setelah itu peneliti memberikan surat izin dari kampus dan selanjutnya pimpinan GBC memberikan izin untuk melakukan penelitian. Seluruh penelitian ini menggunakan *Google forms* dikarenakan IBO yang bekerja dari rumah sehingga tidak efisien jika harus ditemui satu persatu.

Peneliti memulai menyebarkan kuisisioner mulai tanggal 13 Mei 2024 dan selesai pada tanggal 26 Mei 2024. Sebelum menyebarkan kuisisioner, peneliti terlebih dahulu memberikan penjelasan kepada responden penelitian terkait maksud dan tujuan peneliti, *informed consent*. Peneliti juga menjelaskan cara mengisi dan memilih jawaban yang ada dalam kuisisioner. Adapun hasil jawaban kuisisioner akan diolah dengan menggunakan SPSS.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self efficacy* dengan komitmen organisasi pada *Independent Business Owner* (IBO) di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) cabang Medan Helvetia. Temuan ini didukung oleh hasil koefisien korelasi $r^{xy} = 0.665$, dengan signifikan $p = 0,000 < 0,05$.
2. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa koefisien determinan (r^2) dari hubungan kedua variabel yakni variabel *self efficacy* dan variabel komitmen organisasi adalah sebesar $(r^2) = 0,443$. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya sumbangan efektif yang diberikan oleh *self efficacy* terhadap komitmen organisasi sebesar 44,3 %.
3. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa *self efficacy* dan komitmen organisasi pada *Independent Business Owner* (IBO) PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) cabang Medan Helvetia tergolong sedang yang dibuktikan dengan nilai mean hipotetiknya sebesar 75 dan nilai mean empirik sebesar 90,50. Kemudian komitmen organisasi juga tergolong sedang dimana nilai mean hipotetik sebesar 90 dan nilai mean empiriknya 111,46.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang dipaparkan, maka peneliti memberi saran-saran sebagai berikut :

1. Saran untuk IBO

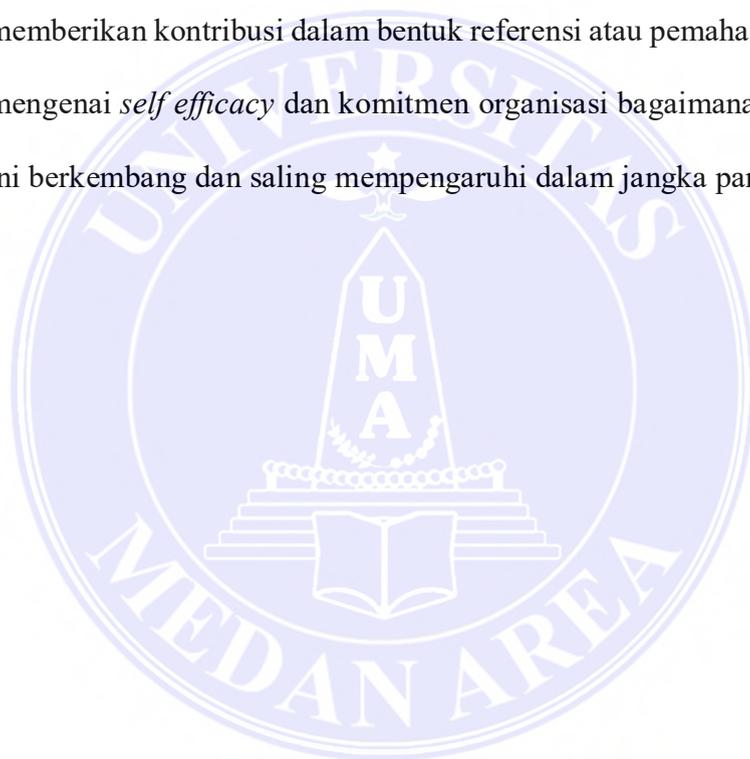
IBO disarankan untuk meningkatkan komitmen organisasinya dengan cara aktif berpartisipasi dalam pelatihan dan kegiatan pelatihan yang disediakan oleh Oriflame terutama yang berfokus pada pengembangan kemampuan personal dan keyakinan diri karena dapat membantu memperkuat perasaan keterikatan para IBO dengan organisasi. Selain itu, IBO juga disarankan untuk lebih aktif dalam komunitas Oriflame, berbagi pengalaman serta tantangan, dan menjalin hubungan yang lebih erat dengan sesama IBO yang membantu memperkuat perasaan kebersamaan dan keterikatan dengan organisasi.

2. Saran untuk perusahaan

Untuk meningkatkan komitmen organisasi IBO, perusahaan disarankan untuk terus mengembangkan dan memperbaharui pelatihan yang berfokus pada peningkatan *self efficacy* serta menyediakan program mentoring yang efektif dimana IBO yang lebih berpengalaman dapat membimbing IBO baru dan membantu mereka meningkatkan rasa percaya diri dan berkomitmen terhadap perusahaan. Perusahaan juga perlu membangun suasana kerja yang inklusif dan kolaboratif dimana IBO merasa lebih didengar dan dihargai dapat meningkatkan komitmen mereka terhadap organisasi.

3. Saran untuk peneliti selanjutnya

Peneliti menyadari bahwasannya kajian ini masih memiliki sejumlah kelemahan dan batasan, yang memberikan ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Oleh karena itu peneliti menyarankan agar peneliti berikutnya yang tertarik dengan topik yang sama menggali aspek lainnya yang mungkin belum dimuat dalam penelitian ini contohnya dukungan organisasi dan kepuasan kerja. Harapannya, penelitian yang akan datang dapat memberikan kontribusi dalam bentuk referensi atau pemahaman lebih lanjut mengenai *self efficacy* dan komitmen organisasi bagaimana kedua variabel ini berkembang dan saling mempengaruhi dalam jangka panjang.



DAFTAR PUSTAKA

- Amidos, J., Sari, U., Indonesia, M., & Maharani, A. (2022). Perilaku Organisasi. In *Perilaku Organisasi* (Issue April).
- Aprilia, M. D., Wijono, S., & Wacana, U. K. S. (2023). *Self efficacy dan komitmen organisasi karyawan perusahaan Textille di Kota Salatiga*. 2(5), 641–648.
- Asfari, Young, Gibson, & Karimi. (2020). Organizational commitment: exploring the role of identity. *Personnel Review*, 49(3), 774–790.
- Ayu, R., Hemasti, G., Sadijah, N. A., Gojali, A. P., & Pratiwi, K. (2024). *Pengaruh Self Efficacy Dan Dukungan Sosial Terhadap Student Well Being Di SMA N 4 Karawang*. 06(02), 11685–11694.
- Bandura, A. (1997). *self-efficacy in changing societies* (w h Freeman). Cambridge University Press.
- Cabayag, S., & Jr, E. (2024). Self efficacy, Job performance, and transformasional leadership : A structural Equation Model On Organizational Commitment Among Public School Teachers. *European Journal of Education Studies*, 11.
- Chiu, W., Won, D., & Bae, J. (2020). Internal marketing, organizational commitment, and job performance in sport and leisure services. *Sport, Business and Management*, 10(2), 105–123.
- DeVellis, R. F. (2017). Scale Development Theory and Applications (Fourth Edition). *SAGE Publication*, 4, 256.
- Dewi, N. A. D. P. (2020). Pengaruh Self-efficacy terhadap Komitmen Organisasi pada Karyawan The Rich Jogja Hotel. *Acta Psychologia*, 2(2), 122–136.
- Efendi, R. (2013). Self Efficacy: Studi Indigenus pada Guru Bersuku Jawa. *Journal of Social and Industrial Psychology*, Vol. 2(No. 2), 61–67.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. S. (2017). *Teori-teori Psikologis* (II). Ar-Ruzz Media.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (2003). *Behavior in organizations understanding and managing the human side of work*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education, 2003.
- Hameli, K., & Ordun, G. (2022). The mediating role of self-efficacy in the relationship between emotional intelligence and organizational commitment. *European Journal of Management Studies*, 27(1), 75–97.
- Henri, M. (2019). The mediation effect of job satisfaction and organizational commitment on the organizational learning effect of the employee performance. *The International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(7), 1208–1234.
- Juaneda-Ayensa, E., Emeterio, M. C. S., & González-Menorca, C. (2017). Person-organization commitment: Bonds of internal consumer in the context of non-profit organizations. *Frontiers in Psychology*, 8(JUL).
- Kazemi, A., & Corlin, T. (2022). What has employee loyalty to do with “love” to clients? Testing approaches to work as mediators. *Employee Relations*, 44(7), 149–161.

- Kusumaputri, E. S. (2018). *Komitmen pada perubahan organisasi, perubahan organisasi dalam perspektif islam dan psikologi*.
- LiLin, & Shiqian, W. (2018). Factors affecting the job performance of employees at work place in the higher education sector of China. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 8(1), 219–223.
- Lubis, H. M. joharis, & jaya indra. (2019). Komitmen Membangun Pendidikan. In *CV. Rasi Terbit*. CV. Widya Puspita.
- Maranata, B. H., Widyaningtyas, D. P., & Istiqomah, A. N. (2023). Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Bumh Kota Semarang. *Applied Research in Management and Business*, 2(2), 1–10.
- March, J. ., & Simon, H. . (1958). The Influence of Leader-Member Relationship on Staff under the Feeling Trusted. In *Wiley*.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.
- Meyer, J., Allen, N., & Smith, C. (1993). Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component Conceptualization. *Journal of Applied Psychology*, 78.
- Meyer, J., Stanley, D., & Topolnytsky, L. (2002). Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: A Meta-analysis of Antecedents, Correlates, and Consequences. *Journal of Vocational Behaaviour*, 61(1), 20–52.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20.
- Muis, M. R., Jufrizen, J., & Fahmi, M. (2018). Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 1(1), 9–25.
- Periantalo, J. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi : Asyik, Mudah & Bermanfaat*. Pustaka Akademika.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Ribeiro, N., Gomes, D., & Kurian, S. (2018). Authentic leadership and performance: The mediating role of employees' affective commitment. *Social Responsibility Journal*, 14(1), 213–225.
- Robbins, S. ., & Judge, T. (2015b). *perilaku organisasi* (16th ed.). Salemba Empat.
- Sagala, S. (2022). Jurnal Pendidikan dan Konseling. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Sahir, S. A., Handiman, U., Ainun, W., Purba, SinurajaSilalahi, M., Sugiarto, M., Ismail, M., Hidayatulloh, A., Purba, S., & Sudarmanto, E. (2022). *Kepemimpinan dan budaya organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Saifuddin, A. (2020). *Penyusunan skala psikologi* (edisi 1). Prenada.

- Soleman, I., Tiwa, T., & Naharia, M. (2022). Hubungan self efficacy dengan komitmen organisasi pada karyawan PT. DELTA PASIFIC INDOTUNA KOTA BITUNG. *Psikopedia*, 3, 4.
- Steers, & Rirchard. (1985). *Managing effective organizations*. Kent Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Syabarrudin, A., Eliyana, A., & Naimah, J. (2020). Does employees' self-efficacy drive their organizational commitment? *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(4), 135–141.
- Takeuchi, K., & Matsushita, Y. (2021). *Relationship Between Self-Efficacy and Organizational Commitment in Nurses' Early Careers*. 91–99.
- Vanny, C., Jufri, A., Hadiwibowo, I., Nurjannah, K., & Dewi Yulianty, P. (2022). Kesiapan untuk Berubah: Self-Efficacy dan Komitmen Organisasi. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 1–15.
- Winata, B. L., & Nurhasanah, N. (2022). Pengaruh Work Life Balance, Self-Efficacy, dan Komitmen Organisasional Terhadap Burnout pada Mahasiswa yang Bekerja [The Influence of Work Life Balance, Self-Efficacy, and Organizational Commitment on Burnout in Working Students]. *Feedforward: Journal of Human Resource*, 2(2), 87.
- Yusuf, M. (2021a). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan. In *Kencana*.
- Yusuf, M. (2021b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan penelitian gabungan* (6th ed.). Kencana.
- Yusuf, R., & Syarif, D. (2018). Komitmen Organisasi. In *Makassar: Nas Media Pustaka*.



LAMPIRAN



SKALA PENELITIAN

SELF EFFICACY

Inisial :

Jenis kelamin :

Lamanya keanggotaan :

Petunjuk Pengisian

Dibawah ini terdapat pertanyaan yang berkaitan dengan kondisi yang anda alami selamabergabung di dalam organisasi. baca dan pahami baik – baik setiap pertanyaan. Kemudian anda dimita untuk mengemukakan apakah pertanyaan terebut sesuai dengan kondisi anda, dengan cara membari **tanda ceklis (√)** pada salah satu pilihan jawaban yang disediakan. Tidak ada jawaban yang salah pada pengisian skala ini. Semua jawaban yang anda berikan adalah **BENAR**, sesuai dengan pendapat atau kondisi yang anda alami.

Adapun pilihan jawaban

tersebut adalah :

SS : jika **SANGAT SETUJU**

S : jika **SETUJU**

TS : jika **TIDAK SETUJU**

STS : jika **SANGAT TIDAK SETUJU**

Terima kasih atas partisipasi dan kerjasamanya

No	Aitem	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa senang bergabung dengan Oriflame karena saya percaya pada kemampuan saya mencapai target yang ditetapkan				
2	Meskipun banyak pelanggan yang bergantung pada saya, saya akan meninggalkan oriflame				
3	Saya merasa menjadi IBO di oriflame adalah bagian dari identitas saya				
4	saya mengabaikan kebijakan dan pedoman yang berlaku di oriflame				
5	Saya ingin menjadi bagian dari Oriflame				
6	Saya sering memberikan klaim yang berlebihan terkait manfaat dan penggunaan produk				
7	Saya merasa dengan tetap menjadi bagian dari Oriflame saya dapat mengembangkan skill marketing saya				
8	Saya berniat untuk keluar dari Oriflame dan mencari organisasi lain				
9	saya merasakan ikatan kekeluargaan dengan IBO lainnya yang berada di Oriflame				
10	Oriflame tidak pernah adil dalam memberikan reward kepada saya				
11	saya merasa harus tetap di oriflame karena saya menghormati kepercayaan yang telah diberikan oleh pemimpin dan mentor saya				
12	Tidak ada kesesuaian antara minat saya dengan kegiatan-kegiatan yang diadakan oriflame				
13	Saya merasa dengan bergabung dengan Oriflame kebutuhan hidup saya terpenuhi				
14	Oriflame tidak pernah memberikan saya apresiasi atas pencapaian yang saya lakukan				
15	Banyak keuntungan yang saya dapat menjadi bagian dari Oriflame				
16	saya tidak bertanggung jawab menjaga nama baik Oriflame				
17	Saya sangat senang bergabung dengan Oriflame karena mendapat banyak hadiah setiap bulannya				
18	Saya tertarik dengan organisasi yang berbeda dengan oriflame				
19	saya tetap berada di Oriflame karena saya setia dengan oriflame				

N O	Aitem	SS	S	TS	STS
20	saya merasa tertekan dan tidak nyaman bergabung dengan Oriflame				
21	Saya bertahan di Oriflame karena saya sudah mendapat banyak pengalaman yang menyenangkan				
22	Saya sangat jarang mendapat hadiah atau keuntungan saat bergabung di Oriflame				
23	Oriflame selalu memberikan apresiasi atas pencapaian yang saya lakukan				
24	Saya merasa bergabung dengan Oriflame memberi saya banyak kerugian				
25	Kegiatan-kegiatan yang saya lakukan di Oriflame sangat sesuai dengan minat yang saya miliki				
26	Saya akan meninggalkan Oriflame karena tidak ada kepercayaan yang diberikan pemimpin dan mentor saya				
27	<i>Reward</i> yang diberikan oriflame sesuai dengan kontribusi yang saya berikan				
28	Saya tidak merasakan adanya ikatan kekeluargaan di oriflame				
29	Saya merasa saya bertanggung jawab dengan masalah yang ada di Oriflame				
30	Saya merasa skill marketing saya menurun jika saya tetap bergabung dengan oriflame				
31	saya menjual produk oriflame dengan jujur, memberikan informasi yang akurat tentang manfaat dan penggunaan produk				
32	Saya memiliki keinginan untuk meninggalkan Oriflame				
33	Saya merasa terlibat dan aktif dalam program organisasi				
34	Saya merasa menjadi IBO di Oriflame tidak ada hubungannya dengan identitas saya				
35	Saya merasa harus tetap di Oriflame karena banyak pelanggan bergantung pada saya untuk mendapatkan produk yang mereka butuhkan				
36	Saya merasa sedih bergabung dengan Oriflame karena saya tidak yakin bisa mencapai target yang ditetapkan				



SKALA PENELITIAN

KOMITMEN ORGANISASI

Jenis kelamin :

Lamanya keanggotaan :

Petunjuk Pengisian

Dibawah ini terdapat pertanyaan yang berkaitan dengan kondisi yang anda alami selamabergabung di dalam organisasi. baca dan pahami baik – baik setiap pertanyaan. Kemudian anda dimita untuk mengemukakan apakah pertanyaan terebut sesuai dengan kondisi anda, dengan caramembari **tanda ceklis (✓)** pada salah satu pilihan jawaban yang disediakan. Tidak ada jawaban yang salah pada pengisian skala ini. Semua jawaban yang anda berikan adalah **BENAR**, sesuai dengan pendapat atau kondisi yang anda alami.

Adapun pilihan jawaban

tersebut adalah :SS : jika

SANGAT SETUJU

S : jika **SETUJU**

TS : jika **TIDAK SETUJU**

STS : jika **SANGAT TIDAK SETUJU**

Terima kasih atas partisipasi dan kerjasamanya.

No	Aitem	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa mampu untuk menghadapi setiap tantangan menjadi IBO oriflame				
2	Saya merasa putus asa saat mempromosikan Oriflame kepada pelanggan baru				
3	Saya optimis bisa mencapai target penjualan yang ditetapkan Oriflame setiap bulannya				
4	Saya tidak yakin bisa berhasil di bidang lain saat saya gagal dalam satu hal				
5	Saya mampu menjual produk Oriflame diatas target yang ditetapkan				
6	Kemampuan menjual produk Oriflame tidak bisa diterapkan pada situasi lain dalam hidup saya				
7	Saya selalu percaya diri dalam menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan pemasaran produk Oriflame				
8	Saya merasa ragu dengan kemampuan saya untuk mencapai target penjualan				
9	Saya mampu tetap tenang dan berpikir jernih ketika menghadapi situasi yang menantang dalam bisnis oriflame				
10	Saya sulit berkonsentrasi saat mengerjakan banyak pekerjaan sekaligus				
11	Saya dapat menyelesaikan tugas-tugas yang dianggap sulit oleh IBO lain				
12	Saya sulit menyakinkan orang lain bahwa bergabung dengan Oriflame itu menguntungkan				
13	Saya merasa yakin bisa menyelesaikan tugas yang diberikan kepada saya				
14	Sebagai seorang IBO saya tidak memiliki kontribusi yang banyak bagi Oriflame				
15	Saya yakin upaya memasarkan produk oriflame membantu meningkatkan citra organisasi				
16	Saya akan menghindari tugas-tugas yang dianggap sulit oleh IBO lain				
17	Sebagai IBO saya membawa dampak yang positif bagi perkembangan Oriflame				
18	Saya kurang yakin bisa menyelesaikan tugas yang diberikan kepada saya				
19	Sebagai IBO, saya sudah menyakinkan beberapa orang untuk bergabung dengan oriflame				
20	Saya ragu upaya saya memasarkan produk oriflame tidak meningkatkan citra organisasi				

NO	Aitem	SS	S	TS	STS
21	Saya merasa bahwa saya dapat fokus saat mengerjakan oriflame meskipun saya memiliki aktivitas yang banyak				
22	Saya cenderung bingung dan panik saat dihadapkan pada situasi sulit dalam bisnis oriflame				
23	Saya yakin bahwa kemampuan saya dalam menjual produk Oriflame juga dapat diterapkan dalam situasi lain dalam hidup saya				
24	Ketika ada masalah atau tantangan yang berkaitan dengan pemasaran produk saya akan merasa putus asa				
25	Saya yakin dapat menjual produk Oriflame sesuai target yang diharapkan Oriflame				
26	Saya merasa kehilangan keyakinan saat menghadapi penolakan dari pelanggan saya				
27	Saya selalu memberikan kontribusi terbaik saya dalam menaikkan penjualan produk oriflame				
28	Saya kesulitan untuk menjual produk oriflame sesuai target				
29	Saya selalu yakin saat mempromosikan Oriflame kepada pelanggan baru				
30	Saya merasa gagal mengatasi setiap tantangan menjadi IBO oriflame				



LAMPIRAN 3

HASIL DATA MENTAH PENELITIAN VARIABEL X

Self Efficacy																																
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Total	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	
2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	94	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	87	
4	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	84	
5	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	86	
6	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	87	
7	2	2	4	3	4	2	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	2	4	3	96	
8	4	3	3	2	3	1	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	101	
9	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	1	4	2	4	2	4	2	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	99	
10	2	1	3	4	3	4	4	1	4	4	4	1	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	99	
11	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	1	2	4	1	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	100	
12	2	2	4	2	4	2	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	96	
13	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	107	
14	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	106	
15	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	1	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	103	
16	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	104	
17	2	2	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	1	2	3	4	4	3	4	3	99	
18	2	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	102	
19	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	108	
20	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	1	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	102	
21	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	103	
22	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	107	
23	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	109	
24	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	1	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	4	101	
25	3	4	3	3	4	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	4	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	101	
26	3	4	2	2	3	3	4	3	1	3	4	3	3	3	4	1	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	1	3	93	
27	1	4	4	3	1	3	1	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	98	
28	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	110	
29	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	1	3	102	
30	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	107	
31	3	3	2	2	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	1	4	100	
32	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	1	3	102	
33	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	106	
34	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	1	3	3	2	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	100	
35	4	3	2	4	4	1	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	103	
36	2	2	2	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	1	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	95	
37	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	102	
38	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	46	
39	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	45
40	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	1	3	2	4	3	3	3	2	1	2	4	88	
41	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	106	
42	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	45	
43	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	45	
44	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	105	
45	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	43	
46	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	4	3	49	
47	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	105	
48	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	45	
49	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	43	
50	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	106	
51	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	104	
52	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	105	
53	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	105	
54	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	47	
55	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	45	
56	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	102	



LAMPIRAN 4
HASIL DATA MENTAH PENELITIAN VARIABEL Y

Komitmen Organisasi																																								
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Total			
1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	105	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	132
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	121	
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	107	
5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	116		
6	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	128	
7	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	124
8	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	1	3	4	3	4	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	1	116		
9	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	1	127		
10	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	1	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	118		
11	3	4	2	4	4	1	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	1	3	3	4	2	3	4	119			
12	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	132		
13	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	1	2	4	123		
14	3	3	2	4	4	4	3	2	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	121		
15	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	1	4	3	4	3	3	4	4	1	4	3	3	4	4	2	120		
16	4	4	3	3	3	1	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	1	3	3	4	4	4	3	3	1	3	3	4	2	2	4	114			
17	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	1	4	4	4	2	1	4	121			
18	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	1	4	4	4	3	4	4	3	1	3	4	4	2	4	4	125			
19	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	125		
20	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	1	4	4	4	3	4	4	3	1	3	4	3	1	4	3	118			
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	1	4	4	3	1	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	127			
22	4	3	3	3	3	1	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	118			
23	3	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	124			
24	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	3	1	3	4	123			
25	3	4	4	3	4	3	4	4	1	3	3	3	4	2	4	4	4	1	3	1	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	1	3	4	3	116			
26	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	129		
27	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	1	1	2	3	4	4	3	1	4	4	4	4	119			
28	4	4	3	1	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	130			
29	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	122			
30	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	123			
31	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	3	4	1	3	4	3	3	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	117			
32	3	4	2	4	4	4	1	4	4	3	1	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	121			
33	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	127			
34	3	3	3	4	3	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	118		
35	3	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	1	126		
36	4	4	3	2	2	1	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	120			
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	132			
38	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	86		
39	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	53		
40	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	123			
41	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	85		
42	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	55		
43	2	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	121			
44	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	122		
45	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	100		
46	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	54		
47	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	127			
48	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	53			
49	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	126			
50	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	127			
51	2																																							



Scale: *Self Efficacy*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	56	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	56	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,975	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	2,80	,862	56
aitem_2	2,95	,942	56
aitem_3	3,13	1,028	56
aitem_4	3,07	1,006	56
aitem_5	3,00	,874	56
aitem_6	2,95	1,017	56
aitem_7	3,09	1,014	56
aitem_8	2,93	,951	56
aitem_9	3,05	,999	56
aitem_10	3,04	,972	56
aitem_11	2,89	,947	56
aitem_12	2,73	1,053	56
aitem_13	3,23	,874	56
aitem_14	2,80	1,102	56
aitem_15	3,09	,940	56
aitem_16	2,98	1,000	56
aitem_17	3,04	,934	56
aitem_18	3,09	,996	56
aitem_19	3,14	,819	56
aitem_20	3,05	,999	56
aitem_21	2,98	1,036	56
aitem_22	2,96	,972	56
aitem_23	3,13	,955	56
aitem_24	3,07	1,042	56
aitem_25	3,14	,883	56
aitem_26	2,98	,820	56
aitem_27	3,14	,962	56
aitem_28	2,96	1,008	56
aitem_29	2,98	1,018	56
aitem_30	3,09	,959	56

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem_1	87,70	463,815	,612	,975
aitem_2	87,55	459,415	,668	,974
aitem_3	87,38	451,984	,783	,974
aitem_4	87,43	453,813	,757	,974
aitem_5	87,50	459,418	,723	,974
aitem_6	87,55	457,343	,665	,974
aitem_7	87,41	452,683	,778	,974
aitem_8	87,57	457,413	,712	,974
aitem_9	87,45	452,288	,800	,974
aitem_10	87,46	452,981	,806	,974
aitem_11	87,61	458,061	,698	,974
aitem_12	87,77	456,763	,653	,974
aitem_13	87,27	455,363	,835	,973
aitem_14	87,70	454,397	,674	,974
aitem_15	87,41	457,337	,723	,974
aitem_16	87,52	455,891	,712	,974
aitem_17	87,46	453,417	,830	,973
aitem_18	87,41	450,610	,844	,973
aitem_19	87,36	460,306	,749	,974
aitem_20	87,45	456,724	,692	,974
aitem_21	87,52	452,945	,754	,974
aitem_22	87,54	454,108	,778	,974
aitem_23	87,38	456,202	,740	,974
aitem_24	87,43	448,613	,851	,973
aitem_25	87,36	455,506	,822	,974
aitem_26	87,52	459,781	,763	,974
aitem_27	87,36	452,452	,829	,973
aitem_28	87,54	458,544	,642	,974
aitem_29	87,52	460,691	,585	,975
aitem_30	87,41	452,901	,820	,973

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
90,50	487,273	22,074	30

Scale: Komitmen Organisasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	56	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	56	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,970	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
aitem_1	3,16	,757	56
aitem_2	3,18	,876	56
aitem_3	2,98	,944	56
aitem_4	2,98	,963	56
aitem_5	3,20	,862	56
aitem_6	2,79	1,091	56
aitem_7	3,20	,862	56
aitem_8	3,11	,947	56
aitem_9	3,13	1,113	56
aitem_10	3,18	,917	56
aitem_11	3,16	,804	56
aitem_12	3,07	1,024	56
aitem_13	3,02	1,018	56
aitem_14	3,29	,847	56
aitem_15	3,30	,807	56
aitem_16	3,20	,883	56
aitem_17	3,21	,986	56
aitem_18	2,79	1,124	56
aitem_19	3,27	,904	56
aitem_20	3,18	1,046	56
aitem_21	3,18	,917	56
aitem_22	2,70	1,077	56
aitem_23	3,21	,967	56
aitem_24	3,32	,993	56
aitem_25	3,21	,967	56
aitem_26	2,96	,934	56
aitem_27	3,11	,928	56
aitem_28	3,23	,914	56
aitem_29	3,18	,897	56
aitem_30	2,77	1,144	56
aitem_31	3,09	,880	56
aitem_32	3,14	,962	56
aitem_33	3,14	1,052	56
aitem_34	2,86	,999	56
aitem_35	3,02	,924	56
aitem_36	2,96	1,044	56

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
aitem_1	108,30	559,488	,671	,970
aitem_2	108,29	557,335	,629	,970
aitem_3	108,48	553,927	,659	,970
aitem_4	108,48	554,727	,627	,970
aitem_5	108,27	552,600	,759	,969
aitem_6	108,68	558,404	,476	,971
aitem_7	108,27	556,927	,650	,970
aitem_8	108,36	551,834	,705	,969
aitem_9	108,34	547,646	,676	,969
aitem_10	108,29	550,717	,757	,969
aitem_11	108,30	561,343	,581	,970
aitem_12	108,39	547,297	,746	,969
aitem_13	108,45	546,797	,762	,969
aitem_14	108,18	556,622	,670	,969
aitem_15	108,16	557,046	,693	,969
aitem_16	108,27	550,054	,804	,969
aitem_17	108,25	547,027	,783	,969
aitem_18	108,68	555,858	,509	,970
aitem_19	108,20	549,215	,804	,969
aitem_20	108,29	545,626	,765	,969
aitem_21	108,29	550,426	,764	,969
aitem_22	108,77	561,091	,428	,971
aitem_23	108,25	546,991	,800	,969
aitem_24	108,14	544,234	,840	,969
aitem_25	108,25	551,027	,708	,969
aitem_26	108,50	555,636	,627	,970
aitem_27	108,36	550,488	,752	,969
aitem_28	108,23	550,472	,764	,969
aitem_29	108,29	553,081	,717	,969
aitem_30	108,70	556,070	,495	,971
aitem_31	108,38	549,766	,814	,969
aitem_32	108,32	550,477	,725	,969
aitem_33	108,32	547,895	,713	,969
aitem_34	108,61	553,006	,641	,970
aitem_35	108,45	555,779	,630	,970
aitem_36	108,50	555,855	,552	,970

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
111,46	584,108	24,168	36



NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Komitmen Organisasi	56	111,46	24,168	52	132
Self Efficacy	56	90,50	22,074	43	110

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Komitmen Organisasi	Self Efficacy
N		56	56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	111,46	90,50
	Std. Deviation	24,168	22,074
	Absolute	,324	,259
Most Extreme Differences	Positive	,198	,189
	Negative	-,324	-,259
Kolmogorov-Smirnov Z		1,028	1,041
Asymp. Sig. (2-tailed)		,102	,091

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Self Efficacy * Komitmen Organisasi	56	100,0%	0	0,0%	56	100,0%

Report

Self Efficacy

Komitmen Organisasi	Mean	N	Std. Deviation
52	74,50	2	41,719
53	45,67	3	1,155
54	49,00	1	.
55	45,00	1	.
85	106,00	1	.
86	46,00	1	.
99	105,00	1	.
100	43,00	1	.
105	90,00	1	.
107	84,00	1	.
114	104,00	1	.
116	96,00	3	8,660
117	100,00	1	.
118	102,00	4	3,559
119	99,00	2	1,414
120	99,00	2	5,657
121	87,80	5	24,954
122	103,50	2	2,121
123	101,60	5	7,987
124	102,50	2	9,192
125	105,00	2	4,243
126	73,00	2	42,426
127	103,50	6	2,739
128	87,00	1	.
129	93,00	1	.
130	110,00	1	.
132	97,33	3	4,163
Total	90,50	56	22,074

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			20109,667	26	773,449	3,353	,001
Self Efficacy * Komitmen Organisasi	Between Groups	Linearity	11866,603	1	11866,603	51,437	,000
		Deviation from Linearity	8243,064	25	329,723	1,429	,177
Within Groups			6690,333	29	230,701		
Total			26800,000	55			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Self Efficacy * Komitmen Organisasi	,665	,443	,866	,750



LAMPIRAN 7
UJI KORELASI

Correlations

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Komitmen Organisasi	111,46	24,168	56
Self Efficacy	90,50	22,074	56

Correlations

		Komitmen Organisasi	Self Efficacy
Komitmen Organisasi	Pearson Correlation	1	,665**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	56	56
Self Efficacy	Pearson Correlation	,665**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	56	56



LAMPIRAN 8
SURAT PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kutamuharja 1 Medan Estate ☎ (061) 7309168, 7309578, 7304348 ☎ (061) 7360512 Medan 20223
Kampus II : Jalan Sialabek Nomor 70 / Jalan Sei Darayi Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8225331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: sale.medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1295/FPSI/01.10/V/2024
Lampiran : -
Hal : Penelitian

2 Mei 2024

Yth. Bapak/Ibu Kepala
PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cab. Medan Helvetia
di -

Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Pesta Kristina Rospuli Sihombing
NPM : 208600181
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cab. Medan Helvetia, Jl. Melati Raya No. 371, Perumnas Helvetia Medan guna penyusunan skripsi yang berjudul "Hubungan Self Efficacy dengan Komitmen Organisasi pada Independent Business Owner (IBO) di PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cab. Medan Helvetia".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

An, Dehan,
Ketua Program Studi Psikologi

Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip





SURAT KETERANGAN

Pimpinan Grace Beauty Community Oriflame Indonesia cabang Medan Helvetia dengan surat ini menyatakan bahwa yang tersebut di bawah:

Nama : Pesta Kristina Rospuli Sihombing
NPM : 208600181
Fakultas : Psikologi

Benar telah melakukan riset dan pengambilan data pada tanggal 13 - 26 Mei 2024 di GRACE BEAUTY COMMUNITY (PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia) dengan judul skripsi "hubungan antara Self efficacy dengan komitmen organisasi pada Independent Business Owner (IBO) PT.Orindo Alam Ayu (Oriflame) Cabang Medan Helvetia". Dan dinyatakan telah selesai.

Dan kami mengharapkan data tersebut dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Demikian surat ini diterbitkan untuk digunakan seperlunya

Medan, 28 Mei 2024
An Pimpinan Grace Beauty Community

