

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil subyek pada divisi pemasaran dikarenakan pada divisi pemasaran adalah ujung tombak dari suatu organisasi atau perusahaan, jika perusahaan tidak memberikan motivasi maka komitmen organisasional karyawan akan menurun dan akan berpengaruh juga pada kinerja karyawan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Khan (2010) adalah untuk meneliti hubungan antara komitmen organisasional pada kinerja karyawan. Kinerja karyawan muncul sebagai pengaruh komitmen organisasional. Jawaban responden untuk berbagai pertanyaan menunjukkan bahwa mereka merasa sangat tidak gilingkungan kerja mereka dan telah meningkatkan komitmen organisasional maka akan meningkatkan kinerja karyawan juga. Dalam beberapa tahun ini kinerja dari bagian pemasaran di SS&S consultant ini mengalami penurunan, penurunan ini disebabkan karena *double jobs*. Bagian pemasaran tidak hanya mencari klien tetapi mereka juga harus memberikan jasa konsultasi, hal ini tidak sesuai dengan *job description*. Dari deskripsi ini karyawan pada bagian pemasaran mengalami kesulitan untuk membagi waktu dan memberikan pelayanan yang maksimal. Wang (2004) melakukan penelitian di China dengan membuktikan bahwa lima dimensi komitmen organisasional dapat diterapkan di negaranya. Adapun lima dimensi komitmen organisasional menurut Wang (2004), yaitu: *affective commitment*, *active continuance commitment*, *passive continuance commitment*, *normative commitment*, dan *Value commitment*. Dalam penelitian ini jumlah populasi yaitu karyawan divisi pemasaran SS & S consultant sejumlah 35 orang dan pada divisi pemasaran ini dipimpin oleh seorang manajer pemasaran. Pada hasil penelitian ini ditemukan *affective commitment*, *active continuance commitment*, *passive continuance commitment*, *normative commitment* dan *value commitment* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Hasil pengujian menunjukkan nilai beta untuk variabel *Affective commitment* merupakan variabel yang berpengaruh dominan dengan nilai beta yaitu 0,256, sedangkan nilai beta terbesar adalah pada variabel *Normative Commitment* dengan nilai 0,729. Ini berarti dari lima variabel komitmen organisasional maka variabel *Normative Commitment* yang berpengaruh dominan pada kinerja karyawan.