



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* yang dilakukan peneliti terhadap “Analisis Pengaruh *Service Climate, Job Satisfaction, Affective Commitment* terhadap *Work Engagement*, Telaah pada Karyawan PT.XYZ, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan data analisis profil responden yang diperoleh, peneliti menyimpulkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini adalah:
  - a. Berjenis kelamin laki-laki atau pria sebanyak 80 orang atau sebesar 80%
  - b. Berusia 26-29 Tahun atau sebesar 45%
  - c. Telah bekerja selama 4-7 Tahun di perusahaan sebanyak 58 responden atau sekitar 53%
  - d. Bekerja sebagai pegawai tetap sebanyak 110 responden atau dengan presentase 100%.
  - e. Memiliki pendidikan terakhir S1 sebanyak 55 responden atau sekitar 50% .
  - f. Memiliki jabatan sebagai *staff* atau *officer* sebanyak 105 orang atau sekitar 95%.

2. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap karyawan PT. XYZ pada variabel *service climate* menunjukkan bahwa indikator SC 3 yaitu “budaya organisasi perusahaan adalah untuk menempatkan kebutuhan pelanggan” memiliki nilai validitas tertinggi yaitu sebesar 0,918 yang artinya budaya organisasi di perusahaan tersebut merupakan hal yang paling penting di perusahaan agar selalu dapat menempatkan kebutuhan pelanggan. Pada variabel *job satisfaction* menunjukkan bahwa indikator JS 1 yaitu “pekerjaan saya sangat berharga” memiliki nilai validitas tertinggi yaitu sebesar 0,879 yang artinya anggapan bahwa pekerjaan yang dilakukan karyawan adalah pekerjaan yang sangat berharga merupakan hal penting yang dimiliki karyawan agar karyawan merasa puas dengan perusahaan. Pada variabel *affective commitment* menunjukkan bahwa indikator AC 3 yaitu “saya merasa memiliki perusahaan ini” memiliki nilai validitas tertinggi yaitu sebesar 0,980 yang artinya rasa memiliki perusahaan merupakan hal penting yang harus dimiliki karyawannya agar karyawan tetap komitmen dengan perusahaan. Pada variabel *work engagement* dimensi vigor menunjukkan bahwa indikator V 3 yaitu “di tempat kerja, saya selalu bertahan, bahkan ketika segala sesuatunya tidak berjalan dengan baik” memiliki nilai validitas tertinggi yaitu sebesar 0,836 yang artinya rasa bertahan yang dimiliki setiap karyawan merupakan hal penting yang dimiliki karyawan agar karyawan memberikan kinerja terbaik untuk perusahaan. Pada dimensi *dedication* menunjukkan bahwa indikator D 2

yaitu “pekerjaan saya menginspirasi saya” memiliki nilai validitas tertinggi yaitu sebesar 0,853 yang artinya inspirasi yang dimiliki karyawan merupakan hal penting yang harus dimiliki karyawan agar karyawan lebih memiliki ikatan pekerjaan dengan perusahaan. Sedangkan pada dimensi *absorption* menunjukkan bahwa indikator 2 yaitu “saya terbawa suasana saat bekerja” memiliki nilai validitas tertinggi yaitu sebesar 0,832 artinya karyawan yang terbawa suasana saat bekerja merupakan hal penting yang dimiliki karyawan agar memiliki ikatan atau keterlibatan kerja yang baik dengan perusahaan.

3. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap karyawan PT. XYZ, pada variabel *service climate* memiliki AVE lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,773 dan memiliki CR lebih dari 0,7 yaitu sebesar 0,944 yang artinya variabel *service climate* dinyatakan reliabel. Pada variabel *job satisfaction* memiliki AVE lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,694 dan CR lebih dari 0,7 yaitu sebesar 0,900 yang artinya variabel *job satisfaction* dinyatakan reliabel. Sedangkan pada variabel *affective commitment* memiliki AVE lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,659 dan CR lebih dari 0,7 yaitu sebesar 0,885 yang artinya pada variabel *affective commitment* dinyatakan reliabel. Pada variabel *work engagement* dimensi *vigor* juga dinyatakan reliabel karena memiliki nilai AVE lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,671 dan nilai CR lebih dari 0,7 yaitu sebesar 0,890. Pada dimensi *dedication* memiliki nilai AVE lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,659 dan nilai CR lebih dari 0,7 yaitu sebesar 0,853 yang artinya pada

dimensi *dedication* dinyatakan reliabel. Dan pada dimensi *absorption* memiliki nilai AVE lebih dari 0,5 yaitu sebesar 0,621 dan CR lebih dari 0,7 yaitu sebesar 0,831 yang artinya pada dimensi *absorption* dinyatakan reliabel.

4. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan terhadap karyawan PT. XYZ, H1: *Service climate* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap *work engagement* dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *work engagement* dengan nilai *standard coefficient* sebesar 0,633 dan *p-value* sebesar 0,000. H2: *Job satisfaction* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif namun tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *work engagement* dengan nilai *standard coefficient* sebesar 0,10 dan *p-value* sebesar 0,556. H3: *Affective commitment* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan pengaruh yang signifikan terhadap *work engagement* dengan nilai *standard coefficient* sebesar 0,713 dan *p-value* sebesar 0,000.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran untuk Perusahaan

1. Dengan tidak puas nya dengan fasilitas yang disediakan perusahaan, seperti tempat bekerja yang kurang nyaman dan kurang mendukung, kantin kurang bersih, fasilitas transportasi kurang memadai, mesin-mesin yang sudah tua dan karatan sehingga karyawan tidak dapat optimal untuk memberikan layanan pelanggan dengan baik. Perusahaan dapat memberikan

fasilitas yang menunjang pekerjaan karyawan. Seperti memperbaiki fasilitas yang ada seperti mengganti mesin yang sudah tua dan berkarat karena dapat mengganggu produksi, fasilitas tempat kerja dibuat lebih nyaman sehingga karyawan dapat bekerja secara optimal dan dapat mendorong karyawan untuk memberikan pengalaman layanan pelanggan serta memenuhi kebutuhan konsumennya dengan baik.

2. Menanamkan kultur apresiasi akan membuat karyawan merasa lebih dihargai di perusahaan. Akan lebih baik lagi jika segala bentuk kontribusi karyawan di perusahaan dapat dihargai oleh atasan, bawahan maupun rekan kerja. Segala keberhasilan yang berasal dari karyawan harus diakui sebagai kerja kerasnya.

Apresiasi yang diberikan bisa dalam bentuk pujian kata-kata terima kasih, memberikan tiket liburan gratis atau *voucher* belanja kepada karyawan yang berprestasi atau sekedar melakukan makan malam tim bersama di sebuah restoran. Dengan adanya apresiasi ini, karyawan akan selalu berusaha memberikan kinerja terbaiknya untuk perusahaan karena mereka merasa kerja kerasnya selama ini telah diakui selain itu

karyawan akan merasakan kesetiaan yang diberikan kepada perusahaan sehingga karyawan memiliki komitmen secara afektif.

3. Perusahaan dapat menanamkan *employer branding*, *employer branding* merupakan usaha perusahaan untuk mengkomunikasikan kepada karyawan yang sedang dipekerjakan saat ini dan calon karyawan bahwa perusahaan mereka adalah tempat yang diinginkan untuk bekerja (Llyod S, 2019). *Employer branding* dibuat untuk membangun identitas, citra, dan nilai positif perusahaan. Upaya *employer branding* ini bisa dijalankan melalui salah satu cara yang dinamakan *employee value proposition* (EVP). EVP adalah sebuah janji berupa transfer nilai – nilai yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya. Janji tersebut mencakup 3 hal, *compensation*, *career*, dan *culture*. Memberikan *reward* apabila karyawan memiliki kinerja yang baik agar karyawan merasa diakui dan dihargai di perusahaan, gaji yang sesuai, jenjang karir yang jelas dan pasti agar karyawan enggan untuk berpindah ke perusahaan lain yang memiliki jenjang kerja tidak jelas dan tidak pasti, dan budaya kerja yang nyaman dan berkualitas sehingga karyawan merasa nyaman dan peduli dengan perusahaan, misalnya menyediakan sebuah media khusus bagi para karyawannya untuk setiap waktu bebas berkomunikasi dengan para pemimpin – pemimpin perusahaan tersebut.

### 5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya untuk menggunakan variabel lain yang terdapat dalam jurnal penelitian Barness & Collier (2013) yaitu variabel *career commitment* dan *Adaptability* apabila terdapat fenomena pada objek penelitian yang akan diteliti agar dapat mengidentifikasi pengaruh hubungannya terhadap variabel *work engagement*.
2. Peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan objek penelitian pada industri yang berbeda seperti perhotelan, pariwisata, perbankan ataupun penerbangan untuk dapat mengetahui pengaruh dari hubungan pada variabel penelitian terhadap karyawan yang bekerja pada sektor industri lain.
3. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat memperoleh jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian lebih akurat dan relevan.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA