

**ANALISA PENGARUH *AUTHENTIC LEADERSHIP*,
AFFECTIVE COMMITMENT TERHADAP
INDIVIDUAL PERFORMANCE: TELAAH PADA
KARYAWAN PT. XYZ**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Marta Loura

14130110042

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2018

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI

ANALISA PENGARUH *AUTHENTIC LEADERSHIP*, *AFFECTIVE COMMITMENT* TERHADAP *INDIVIDUAL PERFORMANCE*: TELAAH PADA KARYAWAN PT. XYZ

Oleh:

Nama : Marta Loura
NIM : 14130110042
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Tangerang, 6 Agustus 2018

Ketua Sidang

Penguji




Nosica Rizkalla. S.E., M.Sc


Anthony Halim B.Sc., M.B.A

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.



Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Dengan ini saya:

Nama : Marta Loura

Nim : 14130110042

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul *Analisa Pengaruh Authentic Leadership, Affective Commitment terhadap Individual Performance: Telaah pada Karyawan PT. XYZ* merupakan hasil karya ilmiah yang dibuat oleh saya sendiri dan bukan plagiat dari karya ilmiah orang lain atau lembaga lain. Segala informasi yang berada dalam skripsi ini, secara keseluruhan telah dicantumkan dalam daftar pustaka

Jika di kemudian hari terbukti adanya kecurangan/penyimpangan dalam skripsi yang saya ajukan ini, saya siap menerima konsekuensi dan resiko atas tindakan saya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tangerang, 6 Agustus 2018



Marta Loura

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan, yang senantiasa memberikan berkat, rahmat, karunia dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini berjudul “**Analisa Pengaruh Authentic Leadership, Affective Commitment terhadap Individual Performance: Telaah Pada Karyawan PT. XYZ**” dengan baik dan tepat waktu yang sudah ditentukan. Skripsi ini dibuat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Multimedia Nusantara.

Skripsi ini dibuat juga tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang memberikan kesehatan dan karunia-Nya untuk menyelesaikan penelitian ini dan laporan skripsi.
2. Alm. Papa, Mama, dan Kakak Randi Mamola yang memberikan semangat, doa, dan masukan bagi penulis selama proses pembuatan skripsi.
3. Ibu Dewi Wahyu Handayani S.E., M.M, selaku dosen pembimbing dan juga selaku Ketua Program Studi Manajemen yang membimbing, memberi dukungan, dan masukan dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
4. Ibu Nosica Rizkalla. S.E., M.Sc selaku ketua sidang dan Bapak Anthony Halim B.Sc., M.B.A selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan atas laporan skripsi ini.
5. Bpk. YW selaku *direktur of information technology* dari PT. XYZ yang bersedia menjadi responden dalam proses *in-depth interview*.

6. Bpk. HC dan Bpk. WD selaku *project manager* dari PT. XYZ yang bersedia menjadi responden dalam proses *in-depth interview*.
7. Bpk. JL selaku *associated project manager* dari PT. XYZ yang bersedia menjadi responden dalam proses *in-depth interview*.
8. Bpk. RM dan Bpk. SPV selaku *senior implementation staff* dari PT. XYZ yang bersedia menjadi responden dalam proses *in-depth interview*.
9. Bpk. RB selaku *junior implementation staff* dari PT. XYZ yang bersedia menjadi responden dalam proses *in-depth interview*.
10. Seluruh level *staff* dalam departemen *information technology* PT. XYZ yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya menjadi responden dalam pengisian kuesioner, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Sahabat peneliti yang sudah memberikan dukungan, semangat, materil dan moril kepada penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Serta semua pihak yang namanya tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran bagi peneliti akan sangat bermanfaat. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 6 Juli 2018



Marta Loura

ABSTRAK

Perkembangan dalam industri media teknologi dan informasi saat ini merupakan salah satu hal yang menjadi banyak perhatian berbagai pihak, baik bagi individu maupun perusahaan. Di mana jika dilihat dari sisi perusahaan, hal ini menjadi salah satu bentuk keunggulan kompetitif ketika sebuah perusahaan menggunakan perkembangan media teknologi dan informasi. Indonesia menjadi pihak tertinggi di ASEAN dalam pembelian teknologi informasi pada tahun 2012 dan 2013. Dapat dikatakan bahwa perusahaan sadar akan pentingnya teknologi informasi dan kerja sama antar pekerja baik antara atasan dan bawahan. Tujuan dalam penelitian ini adalah membahas mengenai persepsi mengenai *authentic leadership*, *affective commitment* terhadap *individual performance*.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan metode *nonprobability sampling*. Teknik yang digunakan adalah *judgment sampling* dan data yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner *offline* sebanyak 30 responden untuk *pre-test* dan 100 responden untuk *main test* di mana responden tersebut karyawan tetap PT. XYZ dengan minimal pendidikan akhir D3 dan lama bekerja minimal 1 tahun. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan IBM SPSS versi 22.0 untuk *pre-test* dan menggunakan metode *structural equation modeling* (SEM) dengan aplikasi AMOS versi 22.0 untuk *main test*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari persepsi mengenai *authentic leadership* terhadap *affective commitment*, tidak adanya pengaruh positif dari persepsi mengenai *authentic leadership* terhadap *individual performance*, dan adanya pengaruh positif dari *affective commitment* terhadap *individual performance*. Adapun RMSEA dari penelitian ini adalah 0,066 dan nilai X^2/DF senilai 1,431.

Kata Kunci : *Authentic Leadership*, *Affective Commitment*, *Organizational Commitment*, *Individual Performance*.

ABSTRACT

Developments in the media and information technology industry today is one of the things that became a lot of attention from various parties, both for individuals and companies. Where if viewed from the side of the company, this becomes one form of competitive advantage when a company uses the development of media technology and information. Indonesia becomes the highest party in ASEAN in purchasing information technology in 2012 and 2013. It can be said that the company is aware of the importance of information technology and cooperation between workers both between superiors and subordinates. The purpose of this research is to discuss about perception about authentic leadership, affective commitment to individual performance.

In this study, researchers used descriptive method with nonprobability sampling method. The technique used is judgment sampling and the data obtained with the spread of offline questionnaires as much as 30 respondents for pre-test and 100 respondents to the main test in which the respondent is a permanent employee of PT. XYZ with minimum D3 final education and long working at least 1 year. The data obtained is then processed using IBM SPSS version 22.0 for pre-test and using structural equation modeling (SEM) method with AMOS application version 22.0 for main test.

The results of this study indicate that there is a positive influence of perception about authentic leadership toward affective commitment, there is no positive influence from perception about authentic leadership toward individual performance, and there is positive influence from affective commitment to individual performance. The RMSEA of this study is 0.066 and the value of χ^2 / DF is 1.431.

Keywords : Authentic Leadership, Affective Commitment, Organizational Commitment, Individual Performance.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	i
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	16
1.3. Batasan Masalah.....	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
1.6. Metode dan Sistematika Penulisan.....	19
BAB II.....	22
LANDASAN TEORI.....	22
2.1. Definisi dan Pengertian Manajemen	22

2.2.	Pengertian Sumber Daya Manusia	24
2.2.1.	Fungsi Sumber Daya Manusia	25
2.3.	<i>Leadership</i>	27
2.3.1.	<i>Leadership style</i>	27
2.3.2.	<i>Authentic Leadership</i>	29
2.3.3.	Komponen <i>Authentic Leadership</i>	30
2.4.	Definisi Persepsi	32
2.4.1.	Faktor yang mempengaruhi Persepsi	33
2.5.	<i>Organizational Commitment</i>	34
2.6.1.	Dimensi <i>Organizational Commitment</i>	35
2.5.2.	Membangun <i>Organizational Commitment</i>	37
2.6.	<i>Affective Commitment</i>	38
2.6.1.	Proses Terbentuknya <i>Affective Commitment</i>	40
2.7.	<i>Performance</i>	41
2.7.1.	<i>Individual Performance</i>	41
2.7.2.	Faktor yang mempengaruhi <i>performance</i>	43
2.7.3.	Proses Pengembangan dalam <i>Performance</i>	44
2.7.4.	Pihak Dalam Penilaian <i>Performance</i>	47
7.8.	Pengembangan Hipotesis	48
7.8.1.	Pengaruh persepsi mengenai <i>Authentic Leadership</i> terhadap <i>Affective Commitment</i>	48

2.8.2.	Pengaruh persepsi mengenai <i>Authentic Leadership</i> terhadap <i>Individual Performance</i>	49
2.8.3.	Pengaruh <i>Affective Commitment</i> terhadap <i>Individual Performance</i>	50
2.9.	Model dan Hipotesa Penelitian.....	51
2.9.1.	Model Penelitian	51
2.9.2.	Hipotesa Penelitian.....	51
2.10.	Penelitian Terdahulu.....	52
BAB III	55
METODOLOGI PENELITIAN	55
3.1.	Gambaran Umum Perusahaan	55
3.1.1.	Visi dan Misi	61
3.1.2.	Produk yang dihasilkan oleh PT. XYZ	62
3.1.3.	Struktur Organisasi PT. XYZ.....	65
3.2.	Desain Penelitian	66
3.2.1.	<i>Research Data</i>	66
3.2.2.	Jenis Penelitian.....	67
3.3	Ruang Lingkup Penelitian	68
3.3.1.	Populasi dan Sampel	68
3.3.2.	<i>Sampling Frame</i>	69
3.3.3.	Teknik <i>Sampling</i>	69
3.3.4.	<i>Sampling Size</i>	70

3.3.5.	Periode Penelitian.....	71
3.4.	Periode.....	72
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	73
3.5.1.	Sumber dan Cara Pengumpulan Data	73
3.5.2.	Metode Pengumpulan Data	74
3.6.	Skala Pengukuran	75
3.7.	Definisi Operasional.....	76
3.8.	Tabel Operasionalisasi Variabel.....	81
3.9.	Teknik Analisa Data	87
3.9.1.	Uji Instrumen	87
3.9.2.	Metode Analisa Data dengan <i>Structural Equation Model</i> (SEM) ..	89
3.9.3.	Tahapan Prosedur <i>Structure Equation Model</i> (SEM)	90
BAB IV	99
ANALISA DAN PEMBAHASAN	99
4.1.	Deskripsi Profil Responden.....	99
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	100
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	101
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Lama Bekerja	102
4.1.5.	Profil Responden Berdasarkan Posisi Pekerjaan.....	103
4.2.	Analisis Deskriptif.....	104

4.2.1.	<i>Authentic Leadership</i>	106
4.2.2.	<i>Affective Commitment</i>	115
4.2.3.	<i>Individual Performance</i>	117
4.3.	Uji Instrumen.....	119
4.3.1.	Uji Validitas dan Realibilitas <i>Pre-test</i>	119
4.3.2.	Uji Validitas Sampel Besar (<i>Main Test</i>)	121
4.3.3.	Uji Reliabilitas Sampel Besar (<i>Main Test</i>).....	122
4.4.	Uji Kecocokan Model Struktural	123
4.5.	Uji Hipotesis.....	126
4.6.	Interprestasi Hasil.....	127
4.6.1.	Pengaruh persepsi mengenai <i>Authentic Leadership</i> terhadap <i>Affective Commitment</i>	128
4.6.2.	Pengaruh persepsi mengenai <i>Authentic Leadership</i> terhadap <i>Individual Performance</i>	128
4.6.3.	Pengaruh <i>Affective Commitment</i> terhadap <i>Individual Performance</i> 129	
4.7.	Implikasi manajerial	129
4.7.1.	Perhatian PT. XYZ terhadap persepsi mengenai <i>Authentic leadership</i> untuk meningkatkan <i>affective commitment</i>	130
4.7.2.	Perhatian PT. XYZ Terhadap persepsi mengenai <i>Authentic Leadership</i> dalam meningkatkan <i>Individual Performance</i>	131

4.7.3. Perhatian PT. XYZ terhadap <i>Affective Commitment</i> untuk meningkatkan <i>Individual Performance</i>	132
BAB V.....	133
KESIMPULAN DAN SARAN.....	133
5.1. Kesimpulan.....	133
5.2. Saran	135
5.2.1. Saran untuk Perusahaan	135
5.2.2. Saran untuk penelitian selanjutnya.....	143
Daftar Pustaka	146
LAMPIRAN.....	152

UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Survei hasil penggunaan TI di Indonesia	3
Gambar 1.1.2 form key performance indicator appraisal	14
Gambar 1.1.3 Contoh Form Competencies Performance Appraisal 1	14
Gambar 1.1.4 Contoh Form Competencies Performance Appraisal 2	15
Gambar 2.1.1 four function of Management.....	23
Gambar 2.4.1 Model Proses Persepsi.....	32
Gambar 2.9.1.1 Model Penelitian	51
Gambar 3.1.1 Gedung Tampak Depan PT. XYZ.....	55
Gambar 3.1.2 Bagian Depan Kantor PT. XYZ	56
Gambar 3.1.3 Logo Partner PT. XYZ.....	57
Gambar 3.1.4 Suasana Kantor PT. XYZ.....	58
Gambar 3.1.5 Suasana Kantor Departement Information technology PT. XYZ..	59
Gambar 3.1.6 Suasana Kantor PT. XYZ.....	59
Gambar 3.1.7 Contoh Form Training Plan.....	60
Gambar 3.1.8 Contoh Produk Sunfish HRTM.....	62
Gambar 3.1.9 Contoh Produk Sunfish ERPTM.....	63
Gambar 3.1.10 Struktur Organisasi PT. XYZ.....	65
Gambar 3.7.1 Contoh Variabel Laten Eksogen	77
Gambar 3.7.2 Contoh Variabel Laten Endogen	78
Gambar 3.9.1 Tahapan Proses Structure Equation Model	91
Gambar 3.9.2 Model Pengukuran / Measurement Model	92
Gambar 3.9.3 Model Struktural / Structural Model	93
Gambar 3.9.4 Rejection Regions for P-value.....	97

Gambar 4.1.1 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	99
Gambar 4.1.2 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia	100
Gambar 4.1.3 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	101
Gambar 4.1.4 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Lama Bekerja	102
Gambar 4.1.5 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Posisi Pekerjaan	103
Gambar 4.4.1 Model Struktural	124



DAFTAR TABEL

Tabel 2.10.1 Penelitian Terdahulu	52
Tabel 3.4.1 Tabel Pengukuran Authentic Leadership.....	73
Tabel 3.4.2 Tabel Pengukuran Affective Commitment & Individual Performance	73
Tabel 3.6.1 Skala Pengukuran Variabel.....	76
Tabel 3.9.1 CHARACTERISTICS OF DIFFERENT FIT INDICES DEMONSTRATING GOODNESS-OF-FIT ACROSS DIFFERENT MODEL SITUATIONS	98
Tabel 4.2.1 Kategori Mean dari Skor Interval Authentic Leadership.....	105
Tabel 4.2.2 Kategori Mean dari Skor Interval Affective Commitment dan Individual Performance.....	105
Tabel 4.2.3 Penilaian Responden Terhadap Authentic Leadership dimensi Self- Awareness	106
Tabel 4.2.4 Penilaian Responden Terhadap Authentic Leadership dimensi Relational Transparency.....	108
Tabel 4.2.5 Penilaian Responden Terhadap Authentic Leadership dimensi Balanced Processing of Information	110
Tabel 4.2.6 Penilaian Responden Terhadap Authentic Leadership dimensi Internalized Moral Perspective	112
Tabel 4.2.7 Penilaian Responden Terhadap Affective Commitment.....	115
Tabel 4.2.8 Penilaian Responden Terhadap Individual Performance	117
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Pre-test	120
Tabel 4.3.2 Hasil Uji Validitas Main Test	121

Tabel 4.3.3 Hasil Uji Reliabilitas Main Test..... 122

Tabel 4.4.1 Hasil Uji Kecocokan Goodness Of Fit..... 125

Tabel 4.5.1 Hasil Uji Hipotesis 126

1

