

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Turnover Intention*

1. Pengertian *Turnover Intention*

Intention (Fishbein, 1975) didefinisikan sebagai sebuah dimensi subjektif dari individu yang melibatkan hubungan antara dirinya dengan beberapa perilaku. Ajzen (2005) menjelaskan bahwa *intention* adalah niat individu untuk melakukan suatu perilaku yang pasti. *intention* mengarahkan perilaku agar ditampilkan pada waktu dan kesempatan yang tepat.

Intention adalah niat atau keinginan yang timbul pada individu untuk melakukan sesuatu. Sementara *turnover* adalah berhentinya atau penarikan diri seseorang karyawan dari tempat bekerja. Dengan demikian, *turnover intention* (intensi ke luar) adalah kecenderungan atau niat karyawan untuk berhenti bekerja dari pekerjaannya (Witasari, 2009).

Mobley (1986) memberikan batasan *turnover* sebagai berhentinya individu dari anggota suatu organisasi dengan disertai pemberian imbalan keuangan oleh organisasi yang bersangkutan. Mobley (1978) menyimpulkan bahwa intensi *turnover* merupakan tanda awal terjadinya *turnover*, pada *turnover intention* tercakup pengertian keinginan untuk mencari pekerjaan di tempat lain. Jewell dan Seagall (1998) mengatakan *turnover* adalah makna terakhir bila tekanan yang dirasakan oleh karyawan sudah terlalu besar. Jewell dan Seagall (1998) menerangkan dalam pengertian generik, *turnover* mengacu pada perubahan dalam



keanggotaan dari organisasi, mencakup posisi yang ditinggalkan oleh pemegang jabatan yang ke luar untuk digantikan oleh karyawan baru, dalam pengertian yang khusus, *turnover* yaitu mengacu pada anggota organisasi yang keluar. Sementara Mathis & Jackson (Handaru, 2012) *turnover intention* adalah proses di mana tenaga kerja meninggalkan organisasi dan harus ada yang menggantikannya.

Senada dengan itu Harnoto (Nasution, 2009) juga menyatakan *turnover intention* adalah kadar intensitas dari keinginan untuk ke luar dari perusahaan, banyak alasan yang menyebabkan timbulnya *turnover intention* ini dan di antaranya adalah keinginan untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik. Pendapat tersebut juga relatif sama dengan pendapat yang diungkapkan sebelumnya, bahwa *turnover intention* pada dasarnya adalah keinginan untuk meninggalkan (ke luar) dari perusahaan.

Robbins (2001), menjelaskan bahwa penarikan diri seseorang ke luar dari suatu organisasi (*turnover*) dapat diputuskan secara sukarela (*voluntary turnover*) maupun secara tidak sukarela (*involuntary turnover*). *Voluntary turnover* atau *quit* merupakan keputusan karyawan untuk meninggalkan organisasi secara sukarela yang disebabkan oleh faktor seberapa menarik pekerjaan yang ada saat ini, dan tersedianya alternatif pekerjaan lain. Sebaliknya, *involuntary turnover* atau pemecatan menggambarkan keputusan pemberi kerja untuk menghentikan hubungan kerja dan bersifat *uncontrollable* bagi karyawan yang mengalaminya (Witasari, 2009). Sementara menurut Jewell dan Seagall (1998) perbedaan *voluntary turnover* dan *involuntary turnover* merupakan sesuatu yang mendasar, tetapi dengan diperluasnya penelitian mengenai masalah *turnover*, maka jelas



sekali bahwa perbedaan ini mungkin terlalu sederhana. Bisa dilihat dari kejadian *voluntary turnover* terjadi pada karyawan yang perusahaan tidak berkeberatan atas kehilangan karyawan tersebut.

Mengacu pada beberapa definisi yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa *turnover intention* adalah keinginan ke luar atau berpindahny karyawan dari perusahaan baik secara sukarela maupun terpaksa dan disertai pemberian imbalan.

2. Indikator *Turnover intention*

Menurut Mobley (1986) *turnover intention* memiliki indikator sebagai berikut :

- a. Keinginan mencari pekerjaan lain dengan gaji atau upah yang lebih tinggi
- b. Keinginan untuk mencari peluang karir yang tidak didapatkan diperusahaan
- c. Keinginan untuk mencari pekerjaan lain yang sesuai dengan pendidikan
- d. Keinginan untuk mencari pekerjaan lain karena ingin suasana lingkungan dan hubungan kerja yang lebih baik.
- e. Keinginan untuk mencari pekerjaan yang dapat menjamin kelangsungan hidup.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Turnover intention*

Menurut Mobley (1986) *turnover intention* ditentukan oleh:

- a. Faktor individual, termasuk didalamnya adalah usia, masa kerja, jenis kelamin, pendidikan, dan status perkawinan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

b. Kepuasan kerja

Menyangkut beberapa aspek operasional, yakni kepuasan terhadap gaji atau sistem pembayaran, kepuasan terhadap bobot pekerjaan, kepuasan terhadap promosi jabatan, ataupun kepuasan terhadap kondisi kerja perusahaan pada umumnya.

c. Komitmen organisasi

Komitmen organisasi ditandai, dengan keyakinan yang kuat dan tunjangan yang diterima terhadap tujuan-tujuan dan nilai-nilai organisasi, keinginan yang keras untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasinya, kesediaan untuk berikhtiar sekuat tenaga demi organisasi. Komitmen organisasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *turnover intention* (Witasari, 2009).

d. Komunikasi interpersonal

Penelitian yang dilakukan wogan (2012) menunjukkan bahwa komunikasi dengan rekan kerja mempengaruhi keterikatan antar karyawan. Keterikatan antar karyawan berkontribusi terhadap *turnover*. Sehingga komunikasi interpersonal dapat juga berpengaruh terhadap *turnover intention*.

B. Komunikasi Interpersonal

1. Definisi Komunikasi Interpersonal

Komunikasi (*communication*) berasal dari bahasa latin yaitu dari kata *communicatio* yang artinya menyapa, di mana komunikator berusaha menetapkan suatu kebersamaan (*communes*) dengan penerima. Jadi apabila kita akan



mengadakan komunikasi dengan pihak lain, maka harus menentukan terlebih dahulu suatu sasaran sebagai dasar untuk memperoleh pengertian yang sama (Wursanto, 2002).

Menurut Millard J. Bienvenu (1987), komunikasi interpersonal dikatakan baik di karenakan adanya konsep diri yang dapat mempengaruhi komunikasi tersebut, kemudian adanya kemampuan untuk mendengarkan isi dari komunikasi tersebut, juga mampu mengekspresikan pikiran dan dapat mengatasi emosi terutama kemarahan, yang paling penting adanya keinginan untuk berkomunikasi dengan baik.

Komunikasi didefinisikan sebagai segala penyampaian energi, gelombang suara dan tanda di antara tempat sebagai proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan, dan sebagainya, yang di lakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui media dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku (Rakhmat, 2001).

Komunikasi interpersonal disebut juga dengan istilah komunikasi antar pribadi. Komunikasi interpersonal merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang langsung. Sedangkan Dean Barnlund menjabarkan komunikasi interpersonal sebagai orang-orang pada pertemuan tatap muka dalam situasi sosial informal yang melakukan interaksi terfokus melalui pertukaran isyarat verbal dan non verbal yang saling berbalasan (Mulyana, 2001). Menurut Afriyadi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sita Syaif Kasim Riau

(2015), Komunikasi Interpersonal berlangsung antar dua individu, karenanya pemahaman komunikasi dan hubungan antar pribadi menempatkan pemahaman mengenai komunikasi dalam proses psikologis. Setiap individu dalam tindakan komunikasi memiliki pemahaman dan makna pribadi terhadap setiap hubungan dimana dia terlibat di dalamnya. Everet M. Rogers mengemukakan ada beberapa ciri komunikasi yang menggunakan saluran komunikasi interpersonal (Liliwari, 1997) yaitu :

- a. Arus pesan yang cenderung dua arah
- b. Konteks komunikasinya dua arah
- c. Tingkat umpan balik yang terjadi tinggi
- d. Kemampuan mengatasi tingkat selektivitas yang tinggi
- e. Kecepatan jangkauan terhadap audience yang besar relatif lambat
- f. Efek yang mungkin terjadi adalah perubahan sikap

Komunikasi interpersonal merupakan alat utama untuk menyempurnakan hubungan dalam organisasi. Tidak adanya komunikasi akan mengakibatkan timbulnya salah pengertian, dan bila di biarkan akan mempengaruhi kehidupan organisasi. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat memberikan manfaat kepada organisasi sehingga suasana dan lingkungan kerja menjadi lebih kondusif. Komunikasi interpersonal sebenarnya merupakan suatu proses sosial di mana orang-orang yang terlibat di dalamnya saling mempengaruhi, dan merupakan komunikasi paling efektif dalam mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang (Rochmah, 2011).



2. Dimensi-Dimensi Komunikasi Interpersonal

Menurut Bienvenu (1987), ada lima komponen komunikasi interpersonal yaitu :

- a. *Self concept*, sebuah konsep diri, faktor yang paling penting yang mempengaruhi komunikasi dengan orang lain.
- b. *Ability*, kemampuan untuk menjadi pendengar yang baik, keterampilan yang mendapat sedikit perhatian.
- c. *Skill experience*, banyak orang merasa sulit untuk melakukan kemampuan untuk mengekspresikan pikiran dan ide-ide.
- d. *Emotion*, yang dimaksud emosi di sini adalah individu dapat mengatasi emosinya, dengan cara konstruktif (berusaha memperbaiki kemarahan).
- e. *Self disclosure*, keinginan untuk berkomunikasi kepada orang lain secara bebas dan terus terang. Dengan tujuan untuk menjaga hubungan interpersonal.

Menurut De Vito (1997) dimensi-dimensi yang menentukan efektifitas komunikasi interpersonal di dalam suatu organisasi yaitu:

1. Bersikap Yakin.

Komunikasi interpersonal di dalam organisasi akan lebih efektif apabila seorang tidak merasa malu, gugup atau gelisah menghadapi orang lain dalam berbagai situasi komunikasi.

2. Kebersamaan

Komunikasi interpersonal di dalam organisasi akan lebih efektif apabila ia merasa sebagai bagian dari suatu organisasi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Siliwangi Kasim Riau

3. Manajemen Interaksi

Komunikasi interpersonal akan lebih efektif apabila ia dapat mengatur isi, kelancaran dan arah pembicaraan secara konsisten.

4. Perilaku Ekspresif

Komunikasi interpersonal akan lebih efektif apabila seseorang memberikan umpan balik yang relevan.

5. Orientasi pada Orang Lain

Komunikasi interpersonal akan lebih efektif apabila seseorang menghargai perbedaan dengan orang lain dalam menjelaskan suatu hal.

Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seseorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang langsung dapat diketahui *feedback*-nya, dengan kata lain bahwa komunikasi interpersonal adalah membentuk hubungan dengan orang lain. Komunikasi interpersonal adalah merupakan sarana untuk mengadakan koordinasi antara berbagai subsistem dalam perkantoran. Frekuensi dan intensitas komunikasi yang dilakukan juga turut mempengaruhi hasil dari suatu proses komunikasi tersebut (Rochmah, 2011).

Untuk membangun komunikasi interpersonal individu harus mempunyai konsep dalam komunikasi, yaitu bagaimana mengkonsepkan diri dan membentuk komunikasi dua arah untuk menciptakan komunikasi yang baik. Lalu harus menjadi pendengar yang baik. Kemudian individu dapat mengukur keadaan emosinya, terutama dalam mengekspresikan kemarahan yang konstruktif.



Selanjutnya adanya keinginan untuk berkomunikasi kepada orang lain secara bebas dan terus terang dengan tujuan untuk menjaga hubungan interpersonal.

3. Faktor-faktor Komunikasi Interpersonal

Dalam Jalaludin (2005) disebutkan 3 faktor dalam komunikasi interpersonal, antara lain :

a. Percaya (*trust*)

Seseorang yang percaya akan meningkatkan komunikasi interpersonal karena membuka saluran komunikasi, memperjelas pengiriman dan penerimaan informasi serta memperluas komunikasi untuk mencapai maksudnya.

b. Sikap sportif

Sikap sportif adalah sikap yang mengurangi sikap *dependensive*. Sikap *dependensive* adalah bila seseorang tidak jujur, tidak menerima dan tidak empatik. Komunikasi *dependensive* terjadi karena faktor personal dan faktor situasional

c. Sikap terbuka

Sikap terbuka sangat besar pengaruhnya untuk menimbulkan komunikasi interpersonal yang efektif. Orang yang terbuka dia akan menilai pesan secara objektif, selalu berorientasi pada isi, bersifat profesional dan bersedia mengubah kepercayaannya. Mencari pengertian pesan yang tidak sesuai dengan kepercayaannya.

Dari beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, tiga faktor tersebut harus dipenuhi dalam komunikasi antar individu dalam sebuah



organisasi atau lingkungan kerja. Dengan adanya saling percaya, sikap sportif, dan sikap terbuka itu semua akan menimbulkan komunikasi yang baik.

C. Komitmen organisasi

1. Pengertian Komitmen organisasi

Meyer dan Allen (Mosadeghrad dkk, 2008) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai: Suatu keadaan psikologis yang mencirikan hubungan karyawan dengan organisasi dan memiliki implikasi bagi keputusan untuk melanjutkan keanggotaan dalam organisasi. Luthans (2006) menyatakan komitmen organisasi merupakan : (1) keinginan yang kuat untuk tetap sebagai anggota organisasi, (2) keinginan untuk berusaha keras sesuai dengan keinginan orang, (3) suatu keyakinan tertentu dan penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan-tujuan organisasi. Menurut Meyer, dkk (Witasari, 2009) dimensi berganda komitmen organisasi mempunyai hubungan yang berbeda terhadap maksud *turnover* dan perilaku yang berkaitan dengan pekerjaan lainnya. Dalam kaitannya dengan komitmen organisasi, Meyer dan Allen (1991) mengidentifikasi tiga tema berbeda yaitu keterikatan afektif terhadap organisasi, biaya yang dirasakan terkait dengan meninggalkan organisasi, dan kewajiban untuk tetap dengan organisasi.

Meyer dan Allen (1990) menyatakan bahwa ketiga komponen tersebut secara konseptual maupun empiris terpisah satu sama lain. Walaupun masing-masing komponen mewakili keterikatan antara individu dengan organisasi namun bentuk keterikatannya bervariasi.

Komitmen anggota organisasi menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah organisasi dalam menciptakan kelangsungan hidup sebuah organisasi



apapun bentuk organisasinya. Komitmen menunjukkan hasrat karyawan sebuah perusahaan untuk tetap tinggal dan bekerja serta mengabdikan diri bagi perusahaan. Karyawan yang memiliki komitmen tinggi akan memandang pekerjaan bukan sebagai beban atau kewajiban tetapi sarana berkarya dan mengembangkan diri, karena seseorang karyawan diharapkan mampu menjiwai pekerjaannya serta bekerja dengan pikiran dan hati. Dengan kata lain komitmen ini merefleksikan loyalitas karyawan pada organisasi dan proses berkelanjutan di mana anggota organisasi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi dan keberhasilan serta kemajuan yang berkelanjutan.

Jadi, seseorang yang memiliki komitmen tinggi akan memiliki identifikasi terhadap organisasi, terlibat sungguh-sungguh dalam kepegawaian dan ada loyalitas serta afeksi positif terhadap organisasi. Selain itu, tampil tingkah laku berusaha ke arah tujuan organisasi dan keinginan untuk tetap bergabung dengan organisasi dalam jangka waktu lama.

2. Antecedent komitmen organisasi

Menurut Meyer dkk (2002), antecedent komitmen organisasi terbagi dalam tiga komponen :

- a) *Antecedent Affective Commitment.*
 - a. Karakteristik pribadi
 - b. Struktur organisasi
 - c. Pengalaman kerja
- b) *Antecedent Continuance Commitment.*
 - a. Karakteristik pribadi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- b. Ketersediaan alternatif-alternatif
- c. Investasi
- c) *Antecedent Normative Commitment*
 - a. Karakteristik pribadi
 - b. Pengalaman sosial
 - c. Investasi organisasi

3. Indikator komitmen organisasi

Indikator komitmen organisasi mengacu pada tiga model komponen yang dikemukakan oleh Meyer dan Allen (1991), yaitu :

1. *Affective Commitment*. Keterikatan anggota secara psikologis dengan organisasi berdasarkan seberapa baik perasaan mengenai organisasi.
2. *Continuance Commitment*. Keterikatan anggota secara psikologis pada organisasi karena biaya yang dia tanggung sebagai konsekuensi ke luar organisasi.
3. *Normative Commitment*. Keterikatan anggota secara psikologis karena kewajiban moral untuk memelihara hubungan dengan organisasi.

D. Kerangka Berfikir Dan Hipotesis

1. Kerangka Berpikir

Fenomena yang sering terjadi di perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung oleh berbagai perilaku karyawan. Salah satu bentuk perilaku karyawan tersebut adalah *turnover intention* yang dapat berujung pada keputusan karyawan pindah kerja. *Turnover intention* ditandai oleh berbagai hal yang



menyangkut perilaku karyawan, meliputi absensi yang meningkat, mulai malas bekerja, naiknya keberanian untuk melanggar tata tertib kerja, keberanian untuk menentang atau protes kepada atasan, maupun keseriusan untuk menyelesaikan semua tanggung jawab karyawan yang berbeda dari biasanya.

Mobley (1978) menyimpulkan bahwa *turnover intention* merupakan tanda awal terjadinya *turnover*, pada *turnover intention* tercakup pengertian keinginan untuk mencari pekerjaan ditempat lain. Menurut Mobley (1986) indikator *turnover intention* adalah: keinginan mencari pekerjaan lain dengan gaji atau upah yang lebih tinggi, keinginan untuk mencari peluang karir yang tidak didapatkan diperusahaan, keinginan untuk mencari pekerjaan lain yang sesuai dengan pendidikan, keinginan untuk mencari pekerjaan lain karena ingin suasana lingkungan dan hubungan kerja yang lebih baik dan keinginan untuk mencari pekerjaan yang dapat menjamin kelangsungan hidup.

Turnover intention salah satunya dapat dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal. Penelitian yang dilakukan oleh Wogan (2012) menunjukkan bahwa komunikasi dengan rekan kerja mempengaruhi keterikatan antar karyawan. Keterikatan antar karyawan berkontribusi terhadap *turnover*. Sehingga komunikasi interpersonal dapat juga berpengaruh terhadap *turnover intention*. Kemudian Jablin (mohamad, 2008) menambahkan bahwa selain Komunikasi dengan atasan, komunikasi dengan rekan kerja juga sangat berkorelasi dengan *turnover*.

Komunikasi interpersonal disebut juga dengan istilah komunikasi antar pribadi. Menurut Dean (Liliweri,1997), komunikasi antar pribadi selalu



dihubungkan dengan pertemuan antara dua, tiga atau mungkin empat orang yang terjadi secara spontan dan tidak berstruktur. Menurut Millard J. Bienvenu (1987), komunikasi interpersonal di katakan baik di karenakan adanya konsep diri yang dapat mempengaruhi komunikasi tersebut, kemudian adanya kemampuan untuk mendengarkan isi dari komunikasi tersebut, juga mampu mengekspresikan pikiran dan dapat mengatasi emosi terutama kemarahan, yang paling penting adanya keinginan untuk berkomunikasi dengan baik.

Menurut Millard J. Bienvenu (1987), ada lima komponen komunikasi interpersonal yaitu : *Self concept*, sebuah konsep diri, faktor yang paling penting yang mempengaruhi komunikasi dengan orang lain. *Ability*, kemampuan untuk menjadi pendengar yang baik, keterampilan yang mendapat sedikit perhatian. *Skill experience*, banyak orang merasa sulit untuk melakukan kemampuan untuk mengekspresikan pikiran dan ide-ide. *Emotion*, yang dimaksud emosi disini adalah individu dapat mengatasi emosinya, dengan cara konstruktif (berusaha memperbaiki kemarahan). *Self disclosure*, keinginan untuk berkomunikasi kepada orang lain secara bebas dan terus terang. Dengan tujuan untuk menjaga hubungan interpersonal.

Selain komunikasi intrpersonal, komitmen organisasi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *turnover intention*. Hal tersebut sesuai dengan Handaru (2012) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa komitmen organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi *turnover*. Komitmen organisasi menjadi sangat penting bagi organisasi, karena komitmen organisasi disinyalir sebagai prediktor yang lebih baik bagi intensi *turnover*.



Seorang individu masuk ke dalam suatu organisasi dengan bermacam kebutuhan, keinginan dan kemampuan, dan mereka berharap dapat menemukan sebuah lingkungan kerja di mana individu tersebut dapat menggunakan kemampuan serta memenuhi berbagai macam kebutuhan dasarnya. Saat individu tersebut menemukan peluang-peluang tersebut dalam pekerjaannya, maka komitmen terhadap organisasi akan meningkat. Sebaliknya, saat perusahaan gagal memberikan pemenuhan kebutuhan, maka komitmen terhadap organisasi cenderung menurun. Karyawan dengan tingkat komitmen organisasi tinggi akan menunjukkan kinerja yang baik, tingkat intensi *turnover* rendah dan tingkat absensi rendah (DeMicco dan Reid, dalam Witasari, 2009).

Meyer dan Allen (Mosadeghrad dkk, 2008) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai: Suatu keadaan psikologis yang mencirikan hubungan karyawan dengan organisasi dan memiliki implikasi bagi keputusan untuk melanjutkan keanggotaan dalam organisasi. Karyawan yang merasa nyaman dan senang memiliki kecenderungan untuk bertahan. Karyawan yang sudah memiliki kecenderungan bertahan akan menimbulkan komitmen dari karyawan terhadap perusahaan.

Meyer dan Allen (1991) menyatakan Indikator komitmen organisasi mengacu pada tiga model komponen yaitu : *Affective Commitment*, Keterikatan anggota secara psikologis dengan organisasi berdasarkan seberapa baik perasaan mengenai organisasi. *Continuance Commitment*, Keterikatan anggota secara psikologis pada organisasi karena biaya yang dia tanggung sebagai konsekuensi

