

Analisis pemodelan hubungan antara persepsi terhadap dukungan organisasi, keberpihakan pada organisasi, perilaku keanggotaan organisasi, dan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan

Prasti Wardani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=97080&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini merupakan survey awal di Indonesia tentang hubungan antara Persepsi Terhadap Dukungan Organisasi, Keberpihakan Pada Organisasi, Perilaku Keanggotaan Organisasi dan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan. Survey dilakukan terhadap 84 pasang responden yang terdiri dari supervisor, staf dari supervisor tersebut, dan pelanggan dari pasangan supervisor dan staf tersebut yang bekerja di industri jasa olomotif baik di penjualan maupun jasa perawatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) ada hubungan yang signifikan antara Persepsi Terhadap Dukungan Organisasi dan Keberpihakan Pada Organisasi, (2) ada hubungan yang signifikan antara Persepsi Terhadap Dukungan Organisasi dan Perilaku Keanggotaan Organisasi, (3) tidak ada hubungan yang signifikan antara Keberpihakan Pada Organisasi dan Perilaku Keanggotaan Organisasi. (4) tidak ada hubungan yang signifikan antara Perilaku Keanggotaan Organisasi dengan Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa Persepsi Terhadap Dukungan Organisasi memiliki efek terhadap Keberpihakan Pada Organisasi. Efek Persepsi Terhadap Dukungan Organisasi terhadap Perilaku Keanggotaan Organisasi, - lebih besar dibandingkan efek Keberpihakan Organisasi Terhadap Perilaku Keanggotaan Organisasi. Keberpihakan Pada Organisasi memiliki efek (walaupun kecil) terhadap Persepsi Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan. Langkah ke depan, dapat dipastikan bahwa peran SOM di perusahaan sudah harus mulai memikirkan praktek-praktek yang berhubungan dengan Perilaku Keanggotaan Perusahaan, karena dengan munculnya perilaku tersebut, akan memberikan efek yang positif pada kinerja perusahaan.

<hr><i>This research is an initial survey on the correlations between Organizational Support, Organizational Identification, organizational Citizenship Behavior and Customer's Perception of Service Quality in Indonesia. For this research, 84 couples of supervisors and their stall-from Sales and Maintenance Division of an automotive company plus their customers have been surveyed.

The result of this research shows that there are significant correlations between: (I) Perceived Organizational Support and Organizational Identification, (2) Perceived Organizational Support and Organizational Citizenship Behavior; but that there are no significant correlations between (3) Organizational Identification and Organizational Citizenship Behavior, (4) Organizational Citizenship Behavior and Customer's Perception of Service Quality. The research also shows that Perceived Organizational Support produces effects on Organizational Identification. The effects of Perceived Organizational Support on Organizational Citizenship Behavior is greater that the effects of Organizational Identification on Organizational Citizenship Behavior. Organizational Identification produces (small) effects on Customer's Perception of Service Quality. In the future, an Human Resources Development Division (at any company) certainly has to start giving plenty of thought on developing good and strong Organizational Citizenship Behavior as such

behavior will produce positive effects on the performance of the company.</i>