BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara Asia yang mengalami pertumbuhan industri otomotif yang signifikan, salah satu sektor industri otomotif yang berkembang adalah industri mobil, dengan kegiatan perekonomian yang semakin maju, pertumbuhan industri otomotif turut mempengaruhi pesatnya pembelian mobil di Indonesia, dengan meningkatnya aktifitas dan kebutuhan masyarakat diperlukan adanya suatu sarana yang menunjang yaitu sarana transportasi. Transportasi harus mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan masyarakat atas jasa transportasi, kualitas jasa transportasi yang baik harus disediakan secara efektif dan efisien, dengan adanya transportasi umum ataupun kendaraan pribadi, manusia akan mendapat kemudahan dalam melaksanakan aktifitas yang dijalani sehari-hari. Transportasi umum sudah banyak tersedia dalam menunjang aktifitas masyarakat namun belum sepenuhnya memberikan kenyamanan dan keselamatan bagi para penumpang maka banyak yang beralih kepada kendaraan pribadi salah satunya yaitu mobil, dalam mengendarai mobil diperlukan keahlian untuk menyetir, keahlian ini bisa didapatkan di jasa kursus mengemudi mobil.

Cahya *Private* Mengemudi adalah salah satu penyedia jasa kursus mengemudi yang memiliki fasilitas yang ditawarkan diantaranya layanan *call center*, dengan layanan ini pelanggan dengan mudah menghubungi perusahaan, memperoleh informasi mengenai materi yang diajarkan, hingga

UNMAS DENPASAR

pengaturan jadwal untuk latihan serta pendaftaran calon siswa baru, fasilitas yang ditawarkan lainya adalah layanan instruktur pria/wanita, antar jemput dan pembuatan sertifikat.

Globalisasi telah menyebabkan berbagai jenis perusahaan baru yang bermunculan dan berkembang dengan pesat, baik itu dalam produk atau jasa yang mereka hasilkan. Hal ini membuat setiap perusahaan harus mampu bersaing dengan para kompetitornya dengan menerapkan strategi atau metode pemasaran yang tepat, agar dapat terus bertahan dan tujuan utama dari perusahaan tersebut dapat tercapai di dalam bisnis yang di jalankannya. Banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang yang sama membuat masing-masing perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkannya dibandingkan jasa kompetitornya. Untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan sumber daya manusia yang handal, dengan demikian faktor sumber daya manusia yang ada harus dikelola dan dipelihara dengan baik oleh perusahaan agar dapat bekerja secara optimal dan memiliki loyalitas terhadap perusahaan, sehingga misi dan tujuan perusahaan dapat terwujud.

Loyalitas merupakan suatu kondisi sikap seseorang untuk tetap memegang teguh kesetiaan baik kepada perusahaan, atasan, maupun kepada rekan kerja. Diharapkan seorang karyawan mempunyai sikap loyalitas yang tinggi sehingga efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan perusahaan akan tercapai dengan baik dalam suatu perusahaan. Bila loyalitas karyawan menurun, dapat menyebabkan kerugian yang besar bagi perusahaan. Loyalitas karyawan merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk menjaga kinerja perusahaan secara efektif dan efisien. Karyawan yang

UNMAS DENPASAR

sudah tidak loyal cenderung menunjukan sikap yang kurang bersemangat dalam bekerja. Loyalitas kerja atau kesetiaan merupakan salah satu unsur yang digunakan dalam penilaian karyawan yang mencakup kesetiaan terhadap pekerjaannya, jabatannya dan organisasi. Kesetiaan ini dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang yang tidak bertanggungjawab (Hasibuan, 2016).

Loyalitas karyawan menurut Walker dalam Pandey dan Khare (2012:28), adalah karyawan yang puas akan menjadi loyal ketika mereka melihat organisasi mereka sebagai menawarkan peluang untuk belajar, tumbuh, dan pada saat yang sama menyediakan jalur karir yang sudah jelas bahwa mereka dapat mengejar dalam organisasi.

Loyalitas karyawan dianggap dapat terjadi karena adanya kepuasan kerja yang dirasakan karyawan terhadap suatu organisasi,dimana beberapa faktor yang mempengaruhi adalah kepercayaan dan komitmen kerja. Kepercayaan berkenaan dengan adanya kepercayaan oleh pihak pertama (*one party)* kepada pihak kedua (*another party*) bahwa pihak kedua akan berperilaku yang menyebabkan mendatangkan hasil yang positif kepada pihak pertama. Kepercayaan secara umum dapat diartikan sebagai kepercayaan kepada pihak lain dikarenakan pihak tersebut dapat dipercaya. Seseorang atau perusahaan dapat dipercaya karena mempunyai integritas yang tinggi yang dihubungkan dengan kualitas seperti konsisten, berkompeten, jujur, adil, bertanggungjawab, sangat menolong, dan baik hati (Arwani, 2016)

Fenomena yang terjadi adalah rendahnya loyalitas karyawan yaitu beberapa karyawan kurang menjaga asset perusahaan misalnya perawatan

mobil yang kurang baik, banyak karyawan yang mengabaikan peraturan organisasi seperti meninggalkan tempat saat jam kerja tanpa ijin, pulang lebih awal dari jam kerja yang ditentukan karyawan, karyawan merasa kecewa pada sikap atasan, serta perasaan negatif, seperti ingin meninggalkan organisasi, merasa bekerja di instansi/organisasi lain lebih menguntungkan, tidak merasakan manfaat, dan menyesali bergabung dengan organisasi. Setiap karyawan memiliki harapan terhadap perusahaan, harapan tersebut berupa kepercayaan terhadap organisasi atau perusahaannya. Ketika karyawan memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap organisasinya mereka akan peduli terhadap masa depan dan keberhasilan perusahaan dan memahami peran mereka dalam organisasi serta berusaha melakukan yang terbaik dari peran mereka tersebut (Yunnita, 2012). Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya (Adhi, 2019).

Fenomena terkait dengan kepercayaan karyawan di Cahaya Private mengemudi adalah karyawan (instruktur) merasa tidak dipercaya dalam memberikan rasa yakin cepat memahami mengemudi pada siswa mengemudi, kurangnya kepercayaan karyawan pada atasan yang menjanjikan bonus apabila karyawan telah memenuhi target kerja, kurangnya niat karyawan untuk memajukan perusahaan.

Penelitian sebelumnya oleh Wahyuni (2020), Candra (2018), Erwin (2017), Widyastuti (2018), Adhi (2019) telah menguji pengaruh kepercayaan

UNMAS DENPASAR

terhadap loyalitas, hasil penelitian tersebut mengungkapkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Namun hasil yang berbeda diunjukkan oleh Azizah (2018), dan Fatimah (2019) menyebutkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas.

Disamping kepercayaan, variabel komitmen organisasi dapat mempengaruhi loyalitas karyawan. Komitmen organisasi didefinisikan sebagai pengidentifikasian dan keterlibatan dari seorang individu terhadap organisasi tertentu. Hal ini sejalan dengan pendapat Mowday, Porter, dan Steers (dalam Oktaviansyah, 2018) yang mendefinisikan komitmen organisasi sebagai sifat hubungan antara pekerja dan organisasi. Individu yang mempunyai komitmen tinggi terhadap organisasi dapat dilihat dari keinginan kuat untuk tetap menjadi anggota tersebut, kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi kepentingan organisasi tersebut, dan kepercayaan akan dan penerimaan yang kuat terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. Adanya komitmen organisasi yang tinggi pada karyawan akan membuat karyawan terhindar dari perilaku-perilaku keorganisasian yang negatif misalnya membolos, mangkir, pindah kerja ke perusahaan lain, meninggalkan jam kerja, dan lain sebagainya.

UNMAS DENPASAR

Komitmen organisasi adalah derajat yang mana pegawai percaya dan menerima tujuan-tujuan organisasi dan akan tetap tinggal atau tidak meninggalkan organisasi. (Sinambela, 2016). Komitmen organisasi dapat diartikan sebagai keinginan karyawan yang berlangsung dalam waktu yang lama untuk mempertahankan hubungan yang bernilai atau menguntungkan (*valued relationship*) dengan pihak perusahaan. Karyawan yang mengharapkan bahwa hubungannya dengan perusahaan akan memberikan

manfaat akan cenderung komitmen yang tinggi terhadap perusahaan. Komitmen yang tinggi ini pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas karyawan.

Fenomena terkait dengan komitmen organisasi pada Cahaya Private Mengemudi di Kota Denpasar yaitu karyawan kurang peka terhadap kondisi perusahaan, misalnya ketika menurunnya jumlah peserta kursus mengemudi. Kondisi lainnya seperti karyawan tidak peduli dengan dampak dari karyawan yang *resign*. Karyawan tidak memiliki komitmen untuk selalu tetap bekerja di perusahaan.

Dengan banyaknya usaha kursus mengemudi yang baru berdiri, menjadikan suatu persaingan untuk perusahaan penyedia jasa, sehingga peluang untuk menjadi karyawan/instruktur mengemudi menjadi besar, apabila perusahaan kursus mengemudi tidak memperhatikan aspek-aspek untuk mempertahankan karyawannya maka tidak mustahil banyak karyawan yang berminat untuk berpindah kerja. Seperti yang dialami oleh Cahaya *Private* Mengemudi, dimana karyawan yang berhenti bekerja dengan alasan mencari fasilitas kerja yang lebih baik. Berikut adalah gambaran *turnover* karyawan pada Cahaya Private Mengemudi pada Tahun 2020.

Berdasarkan Tabel 1.1 menggambarkan *turnover* karyawan pada Cahaya *Private* Mengemudi dapat diketahui kondisi jumlah karyawan selalu berubah-ubah hal ini menandakan loyalitas karyawan mengalami masalah. Ciri karyawan yang memiliki loyalitas yang rendah diantaranya karenabanyaknya karyawan yang keluar masuk menandakan mereka kurang loyal terhadap perusahaan, sifat karakternya (bawaan), kekecewaan karyawan, dan sikap atasan, serta perasaan negatif, seperti ingin meninggalkan organisasi, merasa bekerja di instansi/organisasi lain lebih

menguntungkan, tidak merasakan manfaat, dan menyesali bergabung dengan organisasi (Sutrisno, 2016).

Tabel 1.1
***Turnover* Karyawan Cahaya *Private* Mengemudi Tahun 2020**

Bulan	Jumlah Karyawan	Keluar	Masuk
Januari	32	-	-
Februari	32	1	-
Maret	32	-	2
April	32	2	-
Mei	32	1	3
Juni	32	3	-
Juli	32	-	3
September	32	1	-
Oktober	32	-	-
November	32	2	3
Desember	32	-	-
Jumlah	**32**	**10**	**11**

Sumber: Cahaya *Private* Mengemudi, 2021

Penelitian sebelumnya oleh Ajimat (2019), Kusworo (2016), Puspita (2017), Ivan (2017) telah menguji pengaruh komitmen organisasi terhadap loyalitas, hasil penelitian tersebut mengungkapkan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, namun hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Deanty (2020) bahwa komitmen organisasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas yang artinya komitmen tidak memberikan dampak apapun terhadap loyalitas. Sedangkan Rimelda (2020) menyebutkan pengaruh komitmen organisai berpengaruh negatif terhadap loyalitas.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian yang tidak konsisten, maka tertarik untuk dilakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Karyawan Pada Cahaya *Private* Mengemu Kota Denpasar"**.

1.2 Pokok Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai beriku :

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas karyawan pada Cahaya *Private* Mengemudi Kota Denpasar?
2. Apakah komitmen organisasi berpengaruh terhadap loyalitas kayawan pada Cahaya *Private* Mengemudi Kota Denpasar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas karyawan pada Cahaya *Private* Mengemudi Kota Denpasar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh komitmen organisasi terhadap loyalitas kayawan pada Cahaya *Private* Mengemudi Kota Denpasar.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi mahasiswa penelitian ini merupakan kesempatan baik untuk menerapkan teori-teori yang didapat dibangku kuliah ke dalam suatu permasalahan nyata yang terjadi diperusahaan, disamping itu untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati di Denpasar.
2. Bagi Cahaya *Private* Mengemudi, hasil penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dalam bidang manajemen sumber daya manusia khususnya kepercayaan, komitmen dan loyalitas.

UNMAS DENPASAR

3. Bagi Universitas / Fakultas

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan kepustakaan serta referensi bagi mahasiswa yang akan meneliti lebih lanjut terhadap masalah yang terkait.

UNMAS DENPASAR

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Theory of Planned*

Theory of Planned Behavior pada awalnya bernama *Theory of Reasoned Action* (TRA) dikembangkan tahun 1980 (Jogiyanto, 2007). Teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Dalam TRA, Ajzen dan Fishbein (1980) menyatakan bahwa seseorang dapat melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tergantung dari niat yang dimiliki oleh orang tersebut. Lebih lanjut, Ajzen dan Fishbein (1980) menyatakanbahwa niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subjektif (*subjective norms*). Dalam upaya mengungkapkan pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat untuk dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku, Ajzen dan Fishbein (1980) melengkapi TRA ini dengan keyakinan (*beliefs*), mereka menyatakanbahwa sikap berasal dari keyakinan terhadap perilaku (*behavioral beliefs*), sedangkan norma subjektif berasal dari keyakinan normatif (*normative beliefs*).

UNMAS DENPASAR

2.1.2 Loyalitas Karyawan

1) Pengertian loyalitas karyawan

Menurut *Oxford Dictionary* adalah mutu dari sikap setia (loyal), sedangkan loyal didefinisikan sebagai tindakan memberi atau menunjukkan dukungan dan kepatuhan yang teguh dan konstan kepada seseorang atau institusi. Sementara itu, Kamus Besar Bahasa Indonesia menerangkan pengertian loyalitas sebagai kepatuhan atau kesetiaan.

Poerwopoespito (2014:214), menyatakan bahwa loyalitas pada pekerjaan tercermin dari terciptanya suasana yang menyenangkan dan mendukung ditempat kerja, menjaga citra perusahaan dan adanya kesediaan untuk bekerja dalam jangkawaktu yang lebih Panjang. Menurut Siagian (2010:147), loyalitas adalah suatu kecendrungan karyawan untuk tidak pindah ke perusahaan lain sebab loyalitas dapat mempengaruhi pada kenyamanan karyawan untuk bekerja pada suatu perusahaan.

Berdasarkan pengertian diatas maka yang dimaksud dengan loyalitas karyawan adalah suatu sikap mental dari karyawan yang ditunjukkan dengan sikap setianya terhadap perusahaan walaupun perusahaannya dalam keadaan baik maupun dalam keadaan buruk.

2) Aspek-aspek loyalitas karyawan

Loyalitas karyawan tidak dapat terjadi begitu saja dalam diri karyawan di suatu perusahaan, tetapi ada aspek-aspek yang membuat loyalitas itu ada dalam diri karyawan tersebut. Aspek- aspek loyalitas kerja yang terdapat pada individu dikemukakan oleh Soegandhi (2016),

UNMAS DENPASAR

yang menitik beratkan pada pelaksanaan kerja yang dilakukan karyawan antara lain.

a) Taat pada peraturan

Setiap kebijakan yang diterapkan dalam perusahaan untuk memperlancar dan mengatur jalannya pelaksanaan tugas oleh manajemen perusahaan ditaati dan dilaksanakan dengan baik. Keadaan ini akan menimbulkan kedisiplinan yang menguntungkan organisasi baikintern maupun ekstern.

b) Tanggung jawab pada perusahaan.

Karakteristik pekerjaan dan pelaksanaan tugasnya mempunyai konsekuensi yang dibebankan karyawan. Kesanggupan karyawan untuk melaksanakan tugas sebaik baiknya dan kesadaran akan setiap resiko pelaksanaan tugasnya akan memberikan pengertian tentang keberanian dan kesadaran bertanggungjawab terhadap resiko atas apa yang telah dilaksanakan. Kemauan untuk bekerja sama. Bekerja sama dengan orang-orang dalam suatu kelompok akan memungkinkan perusahaan dapat mencapai tujuan yang tidak mungkin dicapai oleh orang-orang secara invidual.

UNMAS DENPASAR

c) Rasa memiliki

Adanya rasa ikut memiliki karyawan terhadap perusahaan akan membuat karyawan memiliki sikap untuk ikut menjaga dan bertanggung jawab terhadap perusahaan sehingga pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas demi tercapainya tujuan perusahaan. Hubungan antar pribadi, karyawan yang mempunyai loyalitas kerja

tinggi mereka akan mempunyai sikap fleksibel ke arah tata hubungan antara pribadi. Hubungan antara pribadi ini meliputi :

(1) Hubungan sosial diantara karyawan

(2) Hubungan yang harmonis antara atasan dan karyawan

(3) Situasi kerja

(4) Sugesti dari teman kerja

(5) Kesukaan terhadap pekerjaan

Perusahaan harus dapat menghadapi kenyataan bahwa karyawannya tiap hari datang untuk bekerjasama sebagai manusia seutuhnya dalam hal melakukan pekerjaan yang akan dilakukan dengan senang hati sebagai indikatornya bisa dilihat dari: keunggulan karyawan dalam bekerja, karyawan tidak pernah menuntut apa yang diterimanya diluar gaji pokok.

3) Indikator loyalitas karyawan

Marpaung dan Krisna (2016) mengemukakan loyalitas adalah kepatuhan dan kesediaan karyawan yang diukur dalam empat indikator sebagai berikut:

a) Berkarir diperusahaan.

Adalah keinginan untuk menetap di perusahaan serta tidak memililki keinginan mencari pekerjaan ditempat lain.

b) Mengenal perusahaan.

Yaitu memiliki pengetahuan tentang perusahaan serta mengetahui aktifitas perusahaan, mengenal pimpinan di divisi perkerjaan karyawan.

UNMAS DENPASAR

c) Kebanggaan.

Yaitu bagian dari perusahaan adalah merasa bagian dari perusahaan, merasa telah dibesarkan perusahaan, bersedia mendukung tercapainya tujuan perusahaan, menjaga nama baik perusahaan, menceritakan perusahaan sebagai perusahaan yang tepat untuk bekerja, dan bekerja di perusahaan merupakan pilihan terbaik.

d) Disiplin jam kerja.

Adalah sikap atau tingkah laku yang menunjukkan ketaatan terhadap jam kerja yang meliputi: kehadiran dan kepatuhan karyawan pada jam kerja, karyawan melaksanakan tugas dengan tepat waktu dan benar.

2.1.3 Kepercayaan

1) Pengertian kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya (Adhi, 2019).

Kepercayaan menurut Kramer dalam Chandra (2018) adalah sikap atau harapan yang lebihumum tentang orang lain dan sistem sosial tempat mereka berada. Selain itu Kramer mengatakan bahwa kepercayaan sebagai suatu kondisi psikologis yangmerupakan suatu kondisi kerentanan atau resiko yang timbul sebagai akibat

UNMAS DENPASAR

ketidakpastian individu tentang motif, niat, dan tindakan yang mungkin akan dilakukan oleh orang lain tempat individu itu bergantung.

Robinson (dalam Wahyuni, 2020) mendefenisikan kepercayaan sebagai harapan, asumsi, keyakinan yang ada pada diri seseorang bahwa tindakanatau prilaku orang lain akan menguntungkan atau setidaknya tidak akan merusak minat dirinya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan adalah kemauan dan keyakinan seseorang untuk bertumpu pada reliabilitas, kapasitas maupun kepribadian baik yang dimiliki orang lain denganharapan orang tersebut mampu memberikan keuntungan bagi dirinya.

2) Karakteristik Kepercayaan

Menurut Soegandi (2016: 118) kepercayaan dibangun atas sejumlah karakteristik. Berbagai karakteristik yang berkenaan dengan kepercayaan sebagai berikut:

a) Menjaga Hubungan

Konsumen yang percaya akan senantiasa menjaga hubungan yang baik antara dirinya dengan perusahaan karena ia menyadari bahwa hubungan yang baik akan memberikan dampak yang menguntungkan bagi dirinya.

b) Menerima Pengaruh

Konsumen yang memiliki kepercayaan yang tinggi akan mudah dipengaruhi sehingga biaya perusahaan/pemasaran untuk program pemasaran menjadi semakin murah.

UNMAS DENPASAR

c) Terbuka dalam Komunikasi

Konsumen yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan akan memberikan informasi yang konstruktif bagi perusahaan sehingga arus informasi menjadi tidak tersendat.

d) Mengurangi Pengawasan

Konsumen yang percaya biasanya jarang mengkritik sehingga ia mengurangi fungsi pengawasan nya terhadap perusahaan/pemasar.

e) Kesabaran

Konsumen yang percaya akan memiliki kesabaran yang berlebih dibandingkan dengan konsumen biasa.

f) Memberikan Pembelaan

Konsumen yang percaya akan memberikan pembelaan kepada perusahaan/pemasar ketika produk yang dikonsumsinya dikritik oleh kompetitir atau pengguna lainnya.

g) Memberi Informasi yang Positif

Konsumen yang percaya akan selalu memberikan informasi yang positif dan membangun bagi perusahaan.

h) Menerima Risiko

Konsumen yang percaya akan menerima resiko apapun ketika ia memutuskan untuk menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

i) Kenyamanan

Konsumen yang percaya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang karena ia percaya bahwa perusahaan/pemasar

UNMAS DENPASAR

memberikannya kenyamanan untk mengkonsumsi produk dalam jangka pendek maupun panjang.

j) Kepuasan

Konsumen yang percaya akan mudah untuk diberikan kepuasan dibanding konsumen yang tidak percaya.

3) Jenis Kepercayaan Konsumen

Mowen dan Minor dalam Soegandi (2016;119) menyatakan terdapat tiga jenis kepercayaan konsumen, sebagai berikut:

a) Kepercayaan Atribut Objek

Pengetahuan tentang sebuah objek memiliki atribut khusus yang disebut kepercayaan objek. Kepercayaan atribut objek menghubngkan sebuah atribut dengan objek, seperti seseorang, barang atau jasa.

b) Kepercayaan Manfaat Produk

Seseorang mencari produk dan jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dalam memenuhi kebutuhannya dengan kata lain memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal.

UNMAS DENPASAR

c) Kepercayaan Manfaat Objek

Jenis kepercayaan ketiga dibentuk dengan menghubungkan objek dan manfaatnya. Kepercayaan manfaat objek merupakan persepsi konsumen tentang seberapa jauh produk, orang atau jasa tertentu yang akan memberikn manfaat tertentu.

4) Indikator kepercayaan

Indikator kepercayaan menurut Kramer dalam Chandra (2018).

a) Kompetensi

Seseorang meyakini orang lain karena orang tersebut memiliki kemampuan dan kekuatan yang sesuai dengan yang dibutuhkan. Kompetensi mengacu pada penilaian bahwa orang lain yang diyakini mampu melakukan tugas dan memberikan pengetahuan sesuai d engan standar yang mencapai harapan standar.

b) Kebajikan

Menunjukkan perhatian dan kepedulian kepada orang lain. Kebaikan tersebut seperti ada niat untuk memajukan kepentingan bersama dengan keprihatinan dan kepedulian terhadap kesejahteraan orang lain.

c) Integritas

Integritas yang tinggi tersebut dikaitkan dengan kualitas seperti konsisten, kompeten, jujur, fair, bertanggung jawab, suka menolong, dan mempunyai perilaku yang baik

d) Tingkat keyakinan

Tingkat keyakinan yang kita miliki mengenai apa yang akan dilakukan orang lain.

2.1.4 Komitmen Organisasi

1) Pengertian komitmen organisasi

Komitmen adalah kemampuan dan kemauan untuk menyelaraskan perilaku pribadi dengan kebutuhan. Prioritas dan tujuan

UNMAS DENPASAR

organisasi. Hal ini mencakup cara-cara mengembangkan tujuan atau memenuhi kebutuhan organisasi yang intinya mendahulukan misi organisasi daripada kepentingan pribadi (Koesworo, 2016). Menurut Meyer dan Allen dalam Ajimat (2019), komitmen dapat juga berarti penerimaan yang kuat dari individu terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi, dan individu berupaya serta berkarya dan memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan diorganisasi tersebut.

Komitmen organisasi adalah suatu keadaan dimana seseorang karyawan memihak organisasi tertentu serta tujuan dan keinginannya untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi tersebut. Kritner dalam Kusworo (2016) menyatakan bahwa komitmen organisasi merupakan keyakinan dan dukungan yang kuat terhadap nilai dan sasaran (*goal*) yang ingin dicapai organisasi.

Menurut Avansa dalam Puspita (2017), komitmen organisasi adalah sikap karyawan untuk tetap berada dalam organisasi dan terlibat dalam upaya-upaya mencapai misi, nilai-nilai dan tujuan organisasi. Lebih lanjut dijelaskan, bahwa komitmen merupakan suatu bentuk loyalitas yang lebih konkret yang dapat dilihat dari sejauh mana karyawan mencurahkan perhatian, gagasan dan tanggung jawab dalam upaya mencapai tujuan organisasi.

Sinambela (2016) mendefinisikan komitmen organisasi adalah derajat yang mana pegawai percaya dan menerima tujuan-tujuan organisasi dan akan tetap tinggal atau tidak meninggalkan organisasi. Robbins dalam Kusworo (2016) mengemukakan komitmen organisasi

UNMAS DENPASAR

merupakan salah satu sikap yang merefleksikan perasaan suka atau tidak suka terhadap organisasi tempat bekerja.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komitmen organisasi merupakan sikap yang merefleksikan loyalitas karyawan pada organisasi dan proses berkelanjutan dimana anggota organisasi mengekspresikan perhatiannya terhadap organisasi dan keberhasilan serta kemajuan yang berkelanjutan

2) Membangun Komitmen Organisasional

Menurut Heller dalam Soegandi (2016; 191) komitmen organisasional didapat dari bawahan dengan memenuhi kebutuhan pokok pekerja, member perhatian pada orang di semua tingkat, mempercayai dan dipercayai, mentoleransi individualitas dan menciprakan bebas kesalahan. Heller menganjurkan untuk mendapatkan komitmen pekerja dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

a) Memelihara kepercayaan

Kualitas dan gaya kepemimpinan merupakan factor utama untuk mendapatkan kepercayaan dan komitmen pekerja. Kita harus membuat diri kita senyata mungkin dan menunjukan dapat dihubungi dan berkeinginan mendengarkan orang lain. Patut diingat bahwa untuk mendapatkan kepercayaan, kita harus mempercayai mereka yang bekerja.

UNMAS DENPASAR

b) Memenangkan pikiran, semangat dan hati.

Komitmen penuh dari bawahan tidak dapat direalisasikan sampai kita menunjukan kebutuhan psikoogis, intelektual dan emosional pekerja. Dengan memberikan bobot yang seimbang dari ketiga factor tersebut memungkinkan kita memenangkan fikiran, semangat dan hati pekerja.

c) Menjaga staff mempunya komitmen.

Cara paling efektif menjaga komitmen pekerja adalah memperkaya pekerjaan dan memotivasi mereka

d) Menghargai keunggulan

Pengakuan atas keunggulan merupakan masalah vital dalam memelihara komitmen dan kepuasan kerja pekerja. Dapat dilakukan dengan pemberian gaji, pemberian bonus, pengikutsertaan dalam pelatihan akhir pecan senior atau sekedar mengucapkan terima kasih.

e) Bersikap positif.

Untuk menciptakan lingkungan positif dalam organisasi dibangun dengan mutual trust, saling memepercayai dimana orang memastikan bahwa organisasi dapat mencapai apa yang diminta untuk dilakukan.

3) Faktor-Faktor Pembentuk Komitmen Organisasi

Menurut Sinambela (2016:78) terbentuknya komitmen suatu organisasi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

UNMAS DENPASAR

a) Faktor Kesadaran

Kesadaran menunjukkan suatu keadaan jiwa seseoang yang merupakan titik temu dari berbagai pertimbangan sehingga diperoleh suatu keyakinan, ketetapan hati dan kesinambungan dalam jiwa yang bersangkutan.

b. Faktor Aturan

Aturan adalah perangkat penting dalam segalatindakan dan perbuatan seseorang.Peranan aturan sangat besar dalam hidup bermasyarakat, sehingga dengan sendirinyaaturan harus dibuat, dan diawasi yang pada akhirnya dapat tercapai sasaran manajemen sebagai pihak yangberwenang dan mengatur segala sesuatu yang ada di dalam organisasi kerja tersebut.

c. Faktor Organisasi

Organisasi pelayanan contohya pelayanan Pendidikan ada dasarnya tidak berbeda dengan organisasi pada umumnya hanya terdapat sedikit perbedaan pada penerapannya, karena sasaran pelayanan ditujukan secara khusus kepada manusia yang memilikiwatak dan kehendak yang multikompleks.

UNMAS DENPASAR

d. Faktor Pendapatan

Pendapatan adalah penerimaan seseorang sebagai imbalan atas tenaga, pikiran yang telah dicurahkan untuk orang lain atau badan organisasi baik dalam bentuk uang.

e. Faktor Kemampuan Keterampilan

Kemampuan berasal dari kata mampu yang memiliki arti dapat melakukan tugas atau pekerjaan sehingga menghasilkan barang atau jasa sesuai dengan yang diharapkan. Kemampuan dapat diartikan sebagai sifat/keadaan yang ditujukan oleh keadaan seseorang yang dapat melaksanakan tugas atau dasar ketentuan-ketentuan yang ada.

f. Faktor Sarana Pelayanan

Sarana pelayanan ada segalajenis perlengkapa kerja dan fasilitas lain yang berfungsi sebagai alat utama/pembantu dalam pelaksanaan pekerjaan, dan juga berfungsi sosial dalam rangkauntuk memenuhi kepentingan orang-orang yang sedang berhubungan dengan organisasi kerja itu sebagai sifat/keadaan yang ditujukan oleh keadaan seseorang yang dapat melaksanakan tugas atau dasar ketentuan-ketentuan yang ada.

4) Indikator komitmen organisasional

Allen dan Mayer seperti dikutip dalam Sinambela (2016) mengemukakan indikator komitmen organisasi sebagai berikut:

a) Komitmen afektif *(affective comitment):*

Mengacu pada keterikatan emosional, identifikasi serta keterlibatan seorang karyawan pada suatu organisasi. Komitmen afektif seseorang akan menjadi lebih kuat bila pengalamannya dalam suatu organisasi konsisten dengan harapan-harapan dan memuaskan kebutuhan dasarnya dan sebaliknya. Komitmen afektif

UNMAS DENPASAR

menunjukkan kuatnya keinginan seseorang untuk terus bekerja bagi suatu organisasi karena ia memang setuju dengan organisasi itu dan memang berkeinginan melakukannya.

b) Komitmen berkelanjutan *(continuence commitment)*

Komitmen berdasarkan kerugian yang berhubungan dengan keluarnya karyawan dari organisasi. Hal ini mungkin karena kehilangan senioritas atas promosi atau benefit. Konsep *side-bets orientation* yang menekankan pada sumbangan seseorang yangsewaktu-waktu dapat hilang jika orang itu meninggalkan organisasi. Tindakan meninggalkan organisasi menjadi sesuatu yang beresiko tinggi karena orang merasa takut akan kehilangan sumbangan yang mereka tanamkan pada organisasi itu dan menyadari bahwa mereka tak mungkin mencari gantinya.

c) Komitmen normatif *(normative commiment)*:

Komitmen normatif berkaitan dengan perasaan wajib untuk tetap berada dalam organisasi karena memang harus begitu; tindakan tersebut merupakan hal benar yang harus dilakukan.

2.1.5 Hubungan Antar Variabel

1) Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Karyawan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya (Adhi, 2019).

UNMAS DENPASAR

Karyawan yang memiliki kepercayaan terhadap organisasi, akan merasakan kenyamanan dalam bekerja, dan kenyamanan itu akan membuat karyawan bekerja untuk perusahaan dalam jangka waktu yang lama bahkan hingga masa kerja berakhir. Bertahannya karyawan bekerja dalam waktu yang lama dalam perusahaan merupakan salah satu bentuk loyalitas karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya suatu kepercayaan dalam suatu perusahaan maka hal tersebut mampu menimbulkan adanya loyalitas karyawan di perusahaan tersebut.

2) Pengaruh Komitmen Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan

Komitmen adalah kemampuan dan kemauan untuk menyelaraskan perilaku pribadi dengan kebutuhan. Prioritas dan tujuan organisasi. Hal ini mencakup cara-cara mengembangkan tujuan atau memenuhi kebutuhan organisasi yang intinya mendahulukan misi organisasi daripada kepentingan pribadi (Koesworo, 2016). Menurut Meyer dan Allen dalam Ajimat (2019), komitmen dapat juga berarti penerimaan yang kuat dari individu terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi, dan individu berupaya serta berkarya dan memiliki hasrat yang kuat untuk tetap bertahan diorganisasi tersebut.

Komitmen organisasi adalah suatu perilaku karyawan yang berkaitan dengan kepercayaan dan penerimaan yang kuat atas tujuan dan nilai-nilai organisasi, adanya kemauan untuk mengusahakan tercapainya kepentingan organsisasi, dan keinginan untuk mempertahankan kedudukan sebagai anggota organisasi. Agar dapat menilai organisasi tersebut sehingga mereka tetap loyal dan bersedia bekerja sebaik mungkin demi tercapainya tujuan organisasi tersebut.

UNMAS DENPASAR

2.2 Hasil Penelitian terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan dan akan menjadi pijakan dalam menentukan hipotesis adalah sebagai berikut:

1) Hubungan Kepercayan dengan Loyalitas Karyawan

a) Mokhamad Arwani, dkk, 2016 berjudul peran karakteristik individu sebagai moderator pengaruh kepuasan, kepercayaan dan komitmen organisasi terhadap loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan variabel kepercayaan dan loyalitas, perbedaan terletak pada penggunaan variabel kepuasan serta lokasi penelitian.

b) Ayu, 2017 berjudul pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank mandiri prioritas padang. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikant terhadap loyalitas. Persamaan dalam penelitian ini menggunakan kepercayaan dan loyalitas, sedangkan perbedaannya terletak pada penggunaan kepuasan nasabah, lokasi dan waktu penelitian.

c) Widyastuti S,2018 berjudul Memperkuat Loyalitas Melalui Kepercayaan, Kepuasan Dan Komitmen Studi Pada Nasabah PT. Bank Cimb Niaga.. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan dan komitmen dapat memperkuat loyalitas. perbedaan penelitian terletak pada metodologi penelitian menggunakan path analysis, serta berbeda waktu dan tempat penelitian.

UNMAS DENPASAR

d) Erwin. 2017. berjudul kontribusi kualitas jasa, kepercayaan dan kepuasan konsumen dalam menciptakan loyalitas konsumen. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan yang tinggi dapat menciptakan loyalitas yang tinggi. Perbedaan terletak pada penggunaan variabel kualitas jasa dan kepuasan konsumen. Serta berbeda waktu dan tempat penelitian.

e) Candra. 2018 berjudul analisis pengaruh kinerja layanan, kepercayaan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan Jasa Pos Express Di Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Persamaan penelitian ini adalah meneliti kepercayaan terhadap loyalitas, sedangkan perbedaan terletak pada penggunaan kinerja layanan dan harga.

f) Wahyuni,2020 berjudul pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah (studi pada KSP Anugerah Mandiri Cabang Mranggen). Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. persamaan penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan dan loyalitas sedangkan perbedaan terletak pada penggunaakn kualitas pelayanan dan promosi.

2) Hubungan Komitmen Organisasi Dengan Loyalitas Karyawan

a) Ajimat, 2019 berjudul peran komitmen organisasi dalam pengaruh negatif turnover intention terhadap loyalitas karyawan. Hasil penelitian menunjukkan komitmen organisasi berpengaruh positif

UNMAS DENPASAR

dan signifikan terhadap loyalitas. persamaan pada penelitian ini ini terletak pada penggunaan komitmen organisasi dan loyalitas, sedangkan perbedaan terletak pada metodologi penelitian menggunakan *moderated regression analysis.*

b) Kusworo,2016. berjudul pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap loyalitas karyawan Universitas Muhammadiyah Purworejo. Hasil penelitian menunjukkan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifkan terhadap loyalitas karyawan. Persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan komitmen organisasi dan loyalitas. Perbedaan terletak pada penggunaan kepuasan kerja. waktu dan tempat penelitian yang berbeda.

c) Puspita, Verina Dwi Rahma, 2017 berjudul analisisi pengaruh komitmen organisasi terhadap loyalitas dan kualitas kerja karyawan PT Braja Mukti Cakra. Hasil penelitian ini menunjukkan komitmen organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karyawan. Perbedaan terletak penggunaan variabel kualitas kerja. Serta metodologi penelitian menggunaan manova.

d) Ivan Priyandiga Lipio, 2017 berjudul analisis loyalitas yang didukung oleh komitmen organisasi pada operations group PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK. Hasil penelitian menunjukkan komitmen organisasi berpengaruh positif terhadap loyalitas karyawan. Persamaan dengan penelitian ini adalah penggunaan variabel komitmen organisasi dan loyalitas, sedangkan

UNMAS DENPASAR

perbedaan terletak pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan kepercayaan.

e) Deanty, 2020. berjudul pengaruh iklim organisasi dan *leadership* terhadap loyalitas melalui komitmen organisasi pada Generasi X dan Y sebagai Agen Prudential di Kantor PT. Trustee Agency Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan komitmen organisasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Perbedaan terletak pada metoologi penelian yang menggunakan SEM. Serta penggunaan iklim organisasi dan *leadership*.

UNMAS DENPASAR